

Российская
международная академия туризма



Негосударственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования

1969



**Основная профессиональная
образовательная программа высшего образования**

(программа бакалавриата)

Направление подготовки

080200 «Менеджмент»

Квалификация (степень) - **Бакалавр**

Профиль «Маркетинг»

Нормативный срок освоения программы

4 года

Форма обучения

очная, очно-заочная, заочная

Разработана на основе ФГОС ВПО
по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»
(квалификация (степень) «бакалавр»),
утвержденного приказом Минобрнауки России от «20» мая 2010 г. № 554

г.о.Химки Московской обл.
2013 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Термины, определения сокращения

1. Общие положения

- 1.1.ФГОС по направлению подготовки ВПО и другие нормативные документы, необходимые для разработки ООП.
- 1.2.Общая характеристика (цель, миссия, срок освоения, трудоемкость) ООП.
- 1.3.Требования к абитуриенту

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника.

- 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.
- 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.
- 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.
- 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

3. Компетенции, формируемые в результате освоения ООП ВПО.

- 3.1.Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками.
- 3.2.Матрица соответствия требуемых компетенций и формирующих их составных частей ООП (Приложение 1)
- 3.3.Паспорта и программы формирования у студентов ОК и ПК при освоении ООП ВПО

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП.

- 4.1. Годовой календарный учебный график. (Приложение 2)
- 4.2. Учебный план подготовки бакалавра. (Приложение 3)
- 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (Приложение 4)
- 4.4. Программы учебной и производственной практик (Приложение 5)

5. Ресурсное обеспечение ООП.

- 5.1.Кадровое обеспечение.
- 5.2.Учебно-методическое и информационное обеспечение.
- 5.3.Материально-техническое обеспечение.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

6.1. Характеристика условий, созданных для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.
(Приложение 6)

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

8.1. Описание механизмов функционирования при реализации ООП системы обеспечения качества подготовки, созданной в вузе.

8.2. Положение о балльно-рейтинговой системе оценивания.

9. Список разработчиков.

10. Список экспертов.

ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

Академическая степень – квалификация высшего образования, присуждаемая по результатам освоения соответствующих основных образовательных программ по направлениям подготовки

Вид профессиональной деятельности – методы, способы, приемы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования

Зачетная единица – мера трудоемкости образовательной программы

Итоговая аттестация обучающихся – форма государственного контроля, проводимая с целью определения степени освоения выпускниками образовательной программы

Качество образования – комплексная характеристика образования, выражающая степень его соответствия федеральным государственным образовательным стандартам и требованиям, потребностям личности, общества и государства

Квалификация – характеристика уровня подготовки (готовности) к выполнению определенного вида профессиональной деятельности или конкретных трудовых функций

Компетенция – готовность действовать на основе имеющихся знаний, умений и навыков при решении задач, общих для многих видов деятельности

Кредит – унифицированная единица измерения объема трудоемкости учебной нагрузки обучающегося

Модуль – часть образовательной программы, учебного курса, предмета, дисциплины, имеющая определенную логическую завершенность по отношению к целям и планируемым результатам освоения образовательной программы

Направление подготовки – совокупность образовательных программ различного уровня в одной профессиональной области

Направленность (профиль) образования – целевая ориентация образовательной программы, определяющая ее предметно-тематическое содержание и (или) преобладающие виды учебной деятельности

Образовательные стандарты и требования, устанавливаемые университетами – образовательные стандарты и требования по образовательным программам высшего образования, самостоятельно устанавливаемые университетами, определенными федеральным законом или указом Президента Российской Федерации

Образовательный процесс – целенаправленный педагогически обоснованный процесс обучения и воспитания, организуемый субъектом образовательной деятельности, реализующим образовательную программу

Обучающийся – лицо, зачисленное в установленном порядке в организацию, осуществляющую образовательную деятельность, и осваивающее образовательную программу

Обучение – целенаправленный процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками компетенциями, развитию способностей

Объект профессиональной деятельности – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие

Область профессиональной деятельности – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом, производственном проявлении;

Основная образовательная программа бакалавриата (бакалаврская программа) – совокупность учебно-методической документации, включающей в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии

Основная образовательная программа магистратуры (магистерская программа) – совокупность учебно-методической документации, включающей в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки и воспитание обучающихся, а также программы практик и научно-исследовательской работы, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии

Практика – вид (форма) учебной деятельности, направленной на формирование и развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью

Примерная образовательная программа – учебно-методическая документация, определяющая содержание и объем образования, планируемые результаты их освоения и соответствующие требования к условиям образовательного процесса, структурированные по учебным курсам, предметам, дисциплинам (модулям)

Промежуточная (текущая) аттестация обучающихся – процедура оценки педагогическим работником качества освоения обучающимися отдельной части или всего объема одного учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)

Профиль – совокупность основных типичных черт профессии (направления подготовки, специальности, специализации), определяющих конкретную направленность образовательной программы

Результаты обучения – усвоенные знания, умения, навыки и освоенные компетенции

Уровень образования – формализованный показатель завершенного цикла образования определенного объема и степени сложности, основные характеристики которого определяются федеральным государственным образовательным стандартом

Учебная дисциплина (предмет) – система знаний и умений, отражающая содержание определенной науки и/ или деятельности, и осваиваемая в рамках образовательной программы

Учебный план – документ, определяющий перечень, последовательность и распределение по периодам обучения учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), практик, предусмотренных образовательной программой, временные затраты (трудоемкость) на их освоение, а также виды учебной и самостоятельной деятельности, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся

Учебный цикл – совокупность дисциплин (модулей) основной образовательной программы, обеспечивающих усвоение знаний, умений и формирование компетенций в соответствующей сфере научной и (или) профессиональной деятельности

Федеральный государственный образовательный стандарт – технический нормативный правовой акт, устанавливающий обязательные требования к образованию определенного уровня

Форма получения образования (обучения) – способ организации образовательного процесса по освоению образовательных программ

В настоящих методических рекомендациях в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом используются следующие сокращения:

ВПО – высшее профессиональное образование

ООП – основная образовательная программа

ПООП – примерная основная образовательная программа

ОК – общекультурные компетенции

ПК – профессиональные компетенции

УЦ ООП – учебный цикл основной образовательной программы

ФГОС ВПО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. ФГОС по направлению подготовки ВПО и другие нормативные документы, необходимые для разработки ООП.

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата «Маркетинг» (далее – ООП), реализуемая в НОУ ВПО Российская международная академия туризма и ее филиалах по направлению подготовки «Менеджмент» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы по профилю «Маркетинг» разработанной Институтом международного бизнеса ГОУ ВПО Государственный университет управления.

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата составляют:

Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 г. №3266-1) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 г. №125-ФЗ);

Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное

постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. №71 (далее – Типовое положение о вузе);

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки «Менеджмент» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 мая 2010 г. №544.

Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

Устав НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

1.2. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат)

1.2.1. Цель (миссия) ООП

ООП имеет своей целью методическое обеспечение реализации ФГОС ВПО по данному направлению подготовки и на этой основе развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки, а так же в соответствии с требованиями работодателей и общественного сообщества по отношению к организации деятельности туристской индустрии.

ООП бакалавриата по направлению 080200.62 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» имеет своей целью развитие у студентов профессиональных качеств маркетолога, усвоение основ гуманитарных, естественнонаучных, социальных, экономических, математических и организационно-управленческих знаний, составляющих базовую программу современного экономического образования, а также формирование общенаучных, инструментальных и профессиональных компетенций маркетолога, которые необходимы для подготовки специалистов, в полной мере обладающих знаниями, позволяющими исследовать, координировать и регулировать производственно-сбытовую деятельность хозяйствующих субъектов в контексте изменений внешней экономической среды. Комплекс полученных

знаний и компетенций должен обеспечить способности и умения анализировать тенденции варьирования рыночных характеристик (соотношение спроса и предложения, конъюнктура, конкуренция и т.д.), своевременно адаптируя к ним стратегию инновационного развития компаний; принимать решения, связанные с разработкой мероприятий стратегического и оперативно-тактического планирования, оптимизацией выбора товарного ассортимента, установлением приоритетов ценовой и коммуникационной политики, формированием сбыто-распределительной инфраструктуры, а также индикацией экономической эффективности предпринимаемых маркетинговых акций.

В области воспитания целью ООП «Маркетинг» является: развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, умения работать индивидуально и в коллективе, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, целеустремленности и настойчивости в достижении целей.

Специфика профессиональной деятельности бакалавра профиля «Маркетинг»

Деятельность маркетолога направлена на обеспечение работы службы маркетинга организации и ее взаимодействия с другими службами и организациями различных организационно-правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке и обеспечения конкурентоспособности с учетом особенностей потребителей и конкурентов, внутренних возможностей предприятия, отраслевой специфики, используемых технологий, организации производства и управления.

1.2.2. Срок освоения ООП бакалавриата.

Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск составляет 4 года, для очно-заочной формы обучения - 5 лет, для заочной форме обучения - 5 лет. В случае обучения

студентов на базе СПО соответствующего профиля возможно сокращение сроков обучения до 3 лет.

1.2.3. Трудоемкость ООП бакалавриата.

Трудоемкость освоения ООП - 240 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.3. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, свидетельствующий об освоении содержания образования полной средней школы и наличия сформированных компетенций, включая, в том числе, знание базовых ценностей мировой культуры; владение государственным языком общения, понимание законов развития природы и общества; способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки; владение базовыми знаниями английского языка.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника.

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления;
- органы государственного и муниципального управления;
- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Область профессиональной деятельности бакалавров по профилю «Маркетинг» включает:

- управление маркетинговой деятельностью;
- планирование и проведение маркетинговых исследований и анализа;
- разработка стратегии развития предприятия;
- разработка стратегии маркетинга на предприятии;
- разработка маркетинговых рекомендаций в области товарной политики предприятия;
- разработка маркетинговых рекомендаций в области ценовой политики предприятия;
- разработка маркетинговых рекомендаций в области сбытовой политики предприятия;
- разработка и реализация маркетинговых рекомендаций по коммуникационной политике предприятия.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: различные организации экономической, производственной и социальной сферы, подразделения системы управления государственных предприятий, акционерных обществ и частных предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Она распространяется также на научно-производственные объединения, научные организации, органы государственного управления и социальной инфраструктуры.

Специфика объектов профессиональной деятельности маркетолога

Процессы маркетингового управления организациями различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, требующие профессиональных знаний в области маркетинга.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

- а) организационно-управленческая и экономическая в области международной деятельности организаций;
- б) информационно-аналитическая;
- в) предпринимательская;
- г) проектная.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

а) организационно-управленческая деятельность

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой и т.д.);
- участие в разработке маркетинговых коммуникаций компании;
- участие в планировании рекламной деятельности на стратегическом и тактическом уровнях;
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей.
- управление информацией в глобальных компьютерных сетях и

корпоративных информационных системах

б) информационно-аналитическая деятельность

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- оценка эффективности проектов;

- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

- оценка эффективности управленческих решений;

- анализ поведения потребителей экономических благ и формирования спроса;

- анализ финансовой отчетности и принятие обоснованных инвестиционных, кредитных и финансовых решений;

- оценка привлекательности рынка.

в) предпринимательская деятельность

- разработка бизнес-планов создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.);

- организация предпринимательской деятельности.

- нахождение и оценка новых рыночных возможностей формулировки бизнес-идей;

- оценка экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

С учетом особенностей профиля «Маркетинг» скорректированный перечень **задач профессиональной деятельности** бакалавров менеджмента может быть представлен следующим образом:

а) организационно-управленческая деятельность

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии туристской компании, а также функциональных стратегий (маркетинговой;
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного маркетинга в соответствии со стратегией компании;
- участие в поиске вариантов и принятии управленческого решения на тактическом или операционном уровне;

б) информационно-аналитическая и экономическая деятельность

- организация и непосредственное участие в проведении маркетинговых исследований национальных и международных продуктовых рынков (в том числе в Интернет-среде) с целью подготовки аналитической информации для принятия управленческих решений;
- оценка конъюнктуры рынка и ее прогнозирование, анализ поведения потребителей и деятельности конкурентов, бенчмаркинг продуктов и компаний с оценкой их конкурентоспособности;
- анализ конкурентной среды организации с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт;
- разработка и применение в маркетинговой деятельности специализированных информационных систем и баз данных;
- выбор и ранжирование перспективных рынков организации, проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов;
- позиционирование компаний и ее продуктов в целевых сегментах рынка;
- изучение внутренней среды организации, оценка ее интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, угроз и возможностей.

г) проектная

- поиск, разработка идей новых продуктов (в том числе интеллектуальных и сервисных) и проектирование процесса их создания;
- разработка ценовых стратегий для продуктовых категорий;
- управление продуктом, формирование ассортимента и его развитие;
- формирование и реализация марочной политики компании;
- разработка рекомендаций для корректировки производственной программы организации;
- разработка стратегий сбыта;
- выбор каналов распределения и организация системы товародвижения;
- организации службы сбыта и системы стимулирования продаж;
- создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж) с использованием рекламы, связей с общественностью, персональных продаж, прямого маркетинга;
- участие в разработке и экономическом обосновании оперативных и стратегических планов маркетинга предприятия на национальном и международных рынках;
- управление маркетинговыми проектами, в том числе инновационного характера;
- организация и участие в медиапланировании;
- организация службы маркетинга на предприятии;
- планирование, контроль и аудит маркетинговой деятельности организации.

3. Компетенции, формируемые в результате освоения ООП ВПО «Маркетинг».

3.1. Характеристика требуемых компетенций, приобретаемых выпускниками.

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

- В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

3.1.1. Общекультурными (ОК):

- знанием базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-1);

- знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности (ОК-2);

- способностью занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);

- умением анализировать и оценивать исторические события и процессы (ОК-4);

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-5);

- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);

- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);

- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеть одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (ОК-14);
- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
- пониманием роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);

- способностью придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22).

3.1.2. профессиональными (ПК):

а) организационно-управленческая деятельность

- знанием основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);
- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способностью использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);
- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);

- способностью оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- способностью участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владеть современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);
- готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знанием современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению (ПК-22);
- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способностью решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);

- знакомством с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25);

б) информационно-аналитическая деятельность

- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

- пониманием основных мотивов и механизмов принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);

- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);

- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);

- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

- способностью выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);

- владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);

- владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);

- умением моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);

- умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);

- умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

- способностью применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);

- владением навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);

- способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);

- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);

- способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);

- способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);

- способностью обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);

- владеть техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);

- пониманием роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);

- способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

в) предпринимательская деятельность

- умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

Компетенции выпускника бакалавриата, формируемые в результате освоения программы

[illegible]

Наименование дисциплины	Код дисциплины (иной нагрузки)	Общекультурные																					
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12	ОК-13	ОК-14	ОК-15	ОК-16	ОК-17	ОК-18	ОК-19	ОК-20	ОК-21	ОК-22
География туристских дестинаций России	Б. .В.2.		+	+		+																	
География туристских дестинаций стран мира	Б..В.3.	+	+											+									
Туристско-рекреационное ресурсоведение/Экология/Концепции современного естествознания	Б. ДВ.1		+											+									+
Интернет технологии в туризме																							
Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение	Б. .Б.1.				+									+						+			
Маркетинг	Б. .Б.2.												+										
Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ)	Б. 3.Б.3				+	+	+		+	+			+			+	+		+				
Финансовый менеджмент	Б. 3.Б.4					+			+	+		+				+			+				
Управление человеческими ресурсами	Б. .Б.5.		+	+		+		+		+		+										+	
Стратегический менеджмент	Б. .Б.6.								+												+		
Корпоративная социальная ответственность	Б.3.Б.7.	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+						+	+		

[illegible]

Наименование дисциплины	Профессиональные																																																		
	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-32	ПК-33	ПК-34	ПК-35	ПК-36	ПК-37	ПК-38	ПК-39	ПК-40	ПК-41	ПК-42	ПК-43	ПК-44	ПК-45	ПК-46	ПК-47	ПК-48	ПК-49	ПК-50	
География туристских направлений России			+	□	□			+																																											
География туристских направлений стран мира			+	□	□			+																																											
Туристско-рекреационное ресурсообразование			+					+																																											
Интернет технологии в туризме																																																			
Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)	+	+		+	+	+	+											+				+				+											+														
Маркетинг			+		+		+			+																					+						+														
Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ)			+					+	+		+	+						+	+	+					+	+	+	+		+					+				+	+					+						
Финансовый менеджмент								+	+	+	+	+						+	+							+		+		+									+	+	+	+			+	+	+				

[illegible]

[illegible]

[illegible]

3.2. Матрица соответствия составных частей ООП и компетенций, формируемых в результате основания ООП «Маркетинг» по направлению 080200.62 «Менеджмент» профиля «Маркетинг»

Приложение 1.

3.3. Паспорта и программы формирования у студентов ОК, ПК при освоении ООП ВПО «Маркетинг»

В результате изучения **базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла** обучающийся должен:

Знать

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;
- основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления;
- основные нормативные правовые документы;
- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета.

Уметь

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;

- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации).

Владеть

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;
- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.

В результате изучения **вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла** обучающийся должен:

Знать

- аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- представление об экономическом образе мышления;
- этические ценности и здоровый образ жизни.

Уметь

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- разрабатывать процедуры и методы контроля;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
- преодолевать локальное сопротивление изменениям;

- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности.

Владеть

- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

В результате изучения **базовой части математического и естественнонаучного цикла** обучающийся должен:

Знать

- основные понятия и инструменты алгебры и геометрии, математического анализа, теории вероятностей, математической и социально-экономической статистики;
- основные математические модели принятия решений;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных.

Уметь

- решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений;
- использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- применять информационные технологии для решения управленческих задач.

Владеть

- математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программами Microsoft Office для работы с деловой информацией и основами web-технологий.

В результате изучения **вариативной части математического и естественнонаучного цикла** обучающийся должен:

Знать

- принципы хранения, кодирования и распространения информации;
- роль информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний;
- принципы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах.
- Особенности распределения туристских ресурсов в регионах РФ и зарубежных странах
- Закономерности пространственного формирования туристских дестинаций
- Принципы классификации туристских ресурсов
- Методы оценки туристских ресурсов

Уметь

- Анализировать особенности информационных систем управления организациями и территориальными структурами
- применять эффективные системы управления
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.
- Анализировать принципы формирования туристских дестинаций в географической среде
- Анализировать туристский потенциал территории
- Прогнозировать возможности развития территорий на основе оценки ресурсов

Владеть

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- методами географического анализа
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации,
- навыками работы с компьютером как средством управления информацией.
- Методами рекреационного анализа и прогнозирования

В результате изучения **базовой части профессионального цикла** обучающийся должен:

Знать

- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- типы организационной культуры и методы ее формирования;
- основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;
- содержание маркетинговой концепции управления;

- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;
- основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности;
- основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;
- основные системы управленческого учета;
- фундаментальные концепции финансового менеджмента;
- принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;
- роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации;
- причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях;
- бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом;
- основные теории стратегического менеджмента;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО;
- основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления;
- основные теории корпоративных финансов;
- модели оценки капитальных (финансовых) активов;

- источники финансирования, институты и инструменты финансового рынка;
- принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации;
- основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций.

Уметь

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- использовать техники финансового учета для формирования финансовой отчетности организации;
- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;
- калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;

- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;
- анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах;
- оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;
- проводить аудит человеческих ресурсов организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения;
- разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации;
- разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность;
- использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации;
- разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;
- идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО;
- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;
- разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- проводить оценку финансовых инструментов ;

- планировать операционную деятельность организации;
- применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах;
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации.

Владеть

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ
- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы
- методами формирования и поддержания этического климата в организации;
- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков
- методами управления операциями
- навыками деловых коммуникаций
- методами планирования карьеры.

В результате изучения **вариативной части профессионального цикла** обучающийся в РМАТ по направлению «Менеджмент» профилю «Маркетинг» должен:

Знать:

- типовую организационную структуру и систему распределения полномочий в деятельности международных туроператорских компаний;
- типовые процедуры и методы контроля технологии организации

выездного и въездного туризма;

- процессы групповой динамики и принципы формирования команды в межкультурной среде;
- современные технологии управления персоналом в условиях глобального рынка трудовых ресурсов;
- принципы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в компании;
- методы управления проектами в маркетинге;
- современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности туристских организаций и туристских дестинаций;
- Принципы управления стратегическим устойчивым развитием, конкурентоспособностью, маркетингом туристских дестинаций.
- Нормативно-правовые аспекты рекламной деятельности.
- Принципы функционирования информационных систем в туризме и особенности организации их эффективного использования.
- Правила организации основных типов деловых мероприятий.
- содержание и этапы разработки коммуникативной политики коммерческого предприятия или некоммерческой организации;
- содержание и особенности каждого элемента коммуникативного комплекса, методику оценки эффективности коммуникационных стратегий предприятия;
- особенности рекламной деятельности дестинаций, туроператорских компаний, туристских агентств, гостиничных и ресторанных предприятий.
- основы медиапланирования;
- основные методы расчета бюджета маркетинга;
- особенности развития и организации эффективного взаимодействия различных субъектов рекламного рынка: рекламодателей, рекламных и коммуникационных агентств, СМИ, исследовательских компаний,

потребителей товаров и услуг, органов регулирования и саморегулирования рекламы и др.;

- особенности разработки и организации эффективной рекламной кампании и особенности медиапланирования в прессе, на радио, на телевидении, в интернет, в городской среде;
- основные этапы маркетинговых исследований и особенности их организации;
- особенности организации мероприятий по исследованию рынков.

Уметь:

- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- планировать операционную (производственную) деятельность туристских организаций;
- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели;
- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;
- проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;
- находить и оценивать новые рыночные возможности;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- проводить анализ тенденций развития мирового и российского туристского рынка;
- взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;
- взаимодействовать со СМИ и другими маркетинговыми посредниками

в работе по формированию системы маркетинговых коммуникаций;

- проводить планирование и организацию рекламной кампании, разработку ее бюджета, оценку эффективности;
- применять теоретические положения, идеи, и методы классического маркетинга для решения планирования и оценки маркетинговых коммуникаций в организации;
- анализировать принципиальные вопросы, связанные с социально-психологическими аспектами рекламной деятельности;
- применять действующее законодательство в области рекламы в профессиональной деятельности;
- применять основные коммуникационные инструменты при составлении коммуникативного плана конкретного предприятия;
- разрабатывать эффективную модель рекламной коммуникации;
- разрабатывать и продвигать корпоративные и товарные марки: используя современные концепции и технологии;
- проводить планирование и организацию маркетинговых исследований, разработку ее бюджета, оценку эффективности;
- оценивать эффективность маркетинговой деятельности предприятия;
- оценивать конкурентные преимущества предприятия;
- провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать их результаты в контексте целей и задач своей организации.

Владеть:

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью организаций;
- способностью провести исследования по всему кругу вопросов своей профессиональной области и проанализировать их результаты в контексте целей и задач своей организации;
- способностью учитывать влияние глобальных тенденций на среду международного туристского и гостинично-ресторанного бизнеса и

деятельность компании;

- умением организовывать деловые мероприятия, включая переговоры в многоязычной среде, выступать посредником в деловых переговорах;
- умением организовывать эффективную конкурентоспособную инновационную деятельность туристской дестинации;
- способностью формировать систему маркетинга туристского предприятия и /или туристской дестинации на международном и внутреннем туристском рынках;
- умением организации рекламных и PR кампаний и других мероприятий системы маркетинговых коммуникаций;
- навыками анализа и диагностики состояния организации и туристской дестинации;
- Методами создания и продвижения туристского продукта на различных рынках;
- Навыками делового общения в межкультурной среде
- Навыками работы с помощью специализированного программного обеспечения;
- Методами и навыками организации и проведения основных типов деловых мероприятий;
- Навыками планирования и организации рекламной кампании, разработку ее бюджета, оценку эффективности;
- навыками использования теоретического положения, идей, и методов классического маркетинга для решения планирования и оценки маркетинговых коммуникаций в организации;
- навыками анализа принципиальных вопросов, связанных с социально-психологическими аспектами рекламной деятельности;
- Навыками применения действующего законодательства в области рекламы в профессиональной деятельности;
- Навыками использования основных коммуникационных инструментов при составлении коммуникативного плана конкретного предприятия;
- навыками разработки эффективной модели рекламной коммуникации;

- Навыками разработки и продвижения корпоративных и товарных марок, используя современные концепции и технологии.
- Навыками планирования и организации маркетинговых исследований, разработку их бюджета, оценку эффективности;
- Навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия;
- Навыками оценки конкурентных преимуществ предприятия;
- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации;
- основными принципами работы со СМИ и программным обеспечением в области медиапланирования;
- аналитическими методами для оценки эффективности рекламной деятельности;
- умениями и навыками организации рекламной деятельности на предприятиях и организациях различных отраслей и сфер деятельности;
- техникой создания содержания, формы и структуры эффективного рекламного обращения;
- основными способами и методами исследований в рекламе;
- навыками разработки маркетинговых исследований;
- навыками построения карты позиционирования и проводить перепозиционирование товаров на рынке;
- инструментарием для анализа макро- и микро – среды компании;
- Навыками общения с конечным потребителем – клиентом (туристом);
- Навыками продаж туристского продукта конечному потребителю.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП.

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом бакалавра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график.

Календарный учебный график, в котором указывается последовательность реализации ООП ВПО, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы, представлен в

Приложении 2.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент» профилю «Маркетинг»

Учебный план, отображающий логическую последовательность освоения циклов и разделов ООП, обеспечивающих формирование компетенций, представлен в ***Приложении 3.***

При составлении учебного плана вуз должен руководствоваться общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7 ФГОС ВПО по направлению подготовки.

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин,

модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

В вариативных частях учебных циклов вуз самостоятельно формирует перечень и последовательность модулей и дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей примерной ООП ВПО.

Основная образовательная программа должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает Ученый совет вуза.

Для каждой дисциплины, модуля, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями государственных органов федерального и регионального уровня, органов муниципального управления, общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению «Менеджмент» максимальный объем учебных занятий обучающихся не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися. Объем факультативных

дисциплин не должен превышать 10 зачетных единиц за весь период обучения.

Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 30% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

В случае реализации ООП бакалавриата в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с постановлением Правительства от 14 февраля 2008 г. №71 «Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (вышем учебном заведении)».

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).

В учебной программе каждой дисциплины (модуля, курса) должны быть четко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП. Рабочие программы разработаны в соответствии с типовой структурой учебной программы.

4.3.1. Структура реализации ООП «Маркетинг» отражена в Приложении 3.

4.3.2. АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН УЧЕБНОГО ПЛАНА ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ МЕНЕДЖМЕНТА ПО ПРОФИЛЮ «МАРКЕТИНГ»

Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл БАЗОВАЯ ЧАСТЬ

Б.1.1. История

Цель изучения дисциплины:	Сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации. Сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации. Основными задачами дисциплины история являются: - выработка у студентов исторического подхода к изучению общества как целостной системы; - формирование у студентов способности научно оценивать явления современного исторического процесса; - обучение студентов пониманию того, что история обусловлена объективными законами общественного развития; - привитие студентам умений анализа исторических явлений; - показ студентам зависимости результатов профессиональной деятельности от их умения делать правильные выводы из истории.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Место и роль России в системе мировых цивилизаций. Процессы складывания Древнерусского государства, его социальная структура, характер его взаимодействия с западными, восточными и степными цивилизациями, принятие Христианства и его социокультурные и политические последствия. История русских земель в период раздробленности, характер экономических, политических и культурных процессов; объединение русских земель вокруг Москвы; Московское царство в XV - XVII веках, его социально-

	экономическое, политическое и культурное развитие; особенности российской модернизации в XVIII веке, превращения России в одну из ведущих держав Европы. Важнейшие аспекты внутренней и внешней политики России в XIX столетии, становление нации, социально-экономическое развитие, подъем национальной культуры. История России в новейшее время, глобальные проблемы общественно-исторического развития и способы их решения, история русских революций и Советского государства, достижения и противоречия экономического, общественного и духовного развития, характер взаимодействия власти и общества, борьба народа в ходе Великой Отечественной войны. Кризис советской системы, переход к современной России, становление в ней демократии и гражданского общества.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ПК-1
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина «История» относится к разделу Б.1. – Гуманитарно-социальный и экономический цикл. Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	В результате освоения дисциплины студент должен прежде всего: - знать и понимать законы развития природы, общества и мышления и уметь оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности; - уметь анализировать и оценивать исторические события и процессы в их динамике и взаимосвязи. Знать: – основные направления, проблемы, теории и методы истории; – движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе, политической организации общества; – различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории; – основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней; выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории; – важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития; Уметь: – логически мыслить, вести научные дискуссии; – работать с разноплановыми источниками; – осуществлять эффективный поиск информации и критики источников;

	– получать, обрабатывать и сохранять источники информации; – преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; – формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; – соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; – извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения. Владеть: • представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма; • навыками анализа исторических источников; • приемами ведения дискуссии и полемики
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, электронные учебники и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Тесты, опросы, написание творческой работы (эссе)
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен

Б 1.Б.2. Философия

Цели изучения дисциплины	Целями освоения дисциплины являются: – овладение основами философского мировоззрения, моральными и этическими принципами, – приобщение к общечеловеческим ценностям, – ориентация в сложных общественных процессах, – систематическое усвоение принципов и методов познания, развитие навыков логического мышления в условиях информационного общества. – освоение общественно- и личностно -значимых стимулов профессиональной деятельности. - научить культуре философского осмысления общественных и экономических процессов в современном обществе. – выработать навыки применения современных методов исследования в социальных и экономических науках. – научить самостоятельно мыслить, обосновывать, аргументировано доказывать и отстаивать собственные
--------------------------	--

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Модуль 1. Роль философии в развитии духовной культуры, практической жизнедеятельности общества, в формировании управленческих моделей. Античная философия. Спор об «универсалиях». Реализм и номинализм. Методология эмпиризма. Рационализм философии Нового времени. Связь русской философии с мировой философской традицией. Исторические и духовные предпосылки экзистенциализма. Принцип верификации научных утверждений. Проблема разграничения науки и метафизики. Постпозитивизм и философия науки второй половины 20 века. Наука и истина: модели развития научного знания. Философский структурализм. Философский постмодернизм. Критика интеллектуальной ценности культурного плюрализма. Постнеклассические модели философского анализа современной цивилизации. Модуль 2. Человеческое бытие и его специфика – мир культуры. Духовное бытие как продукт сознания и самосознания, научного и художественного творчества. Идеи коэволюции общества и биосферы, возникновения «информационного общества» и ноосферы. Развитие в природе, обществе и духовной сфере. Детерминизм. Системный подход и системный анализ. Методология системного анализа управления больших систем. Сознание индивидуальное и общественное. Идеи, принципы, концепции, основания теорий научного познания. Типы, уровни и методы научного познания. Специфика естественных, технических, гуманитарных и социальных наук. Научные революции и смена типов рациональности. Важнейшие концепции научного познания и техники в философии науки XIX–XX вв. Неклассическая наука 21 века. Модуль 3. Основные теоретико-методологические подходы к осмыслению общества. Целостное единство всех сфер общества – важнейших принцип современной методологии социальных наук. Активная роль идей, социальных норм и идеалов в развитии общественного сознания. Детерминация общественного развития. Проблема критериев, цели, средств, и пределов общественного прогресса. Культура как фактор развития общества. Многовариантность общественного развития и общественного выбора. Условия и механизмы формирования личности. Деятельность, ответственность и свобода личности. Структура общественного сознания. Обыденное и теоретическое сознание. Информатизация общества, компьютеризация материального и духовного
---	--

	системного анализа, кибернетики, политологии и теории лидерства. Общетеоретические и методологические принципы анализа социальных систем. Объективные, субъективные факторы и детерминанты социального управления. Тектология, кибернетика, теория систем, синергетика, междисциплинарные теории – методологический базис социального управления. Модели социального управления: либерализм, РМУ, авторитаризм, тоталитаризм. Особенности экономического, политического, информационного и социально- психологического анализа социальной среды деятельности фирмы для успешного регулирования предпринимательской деятельности.
Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины	ОК-1; ОК-2; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-14; ПК-1
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Входные компетенции — ОК-3, ОК-4, в разной степени усвоения. При освоении данной дисциплины обучающийся должен иметь знания обществознания, истории, общей теории культуры, информатики, изучаемые в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - основы философии и ее роли в истории человеческой культуры и становлении управленческих идей; - основные понятия, категории и принципы философского мышления и их значимости в профессиональной деятельности управленца; – основные этапы развития мировой философской мысли, о важнейших школах и учениях выдающихся философов; – философские традиции, основные направления и их представителей в России; - условия формирования личности, ее свободе и ответственности; - об обществе, его структуре и соотношении общественного бытия и общественного сознания; - о многообразии культур и цивилизаций, их взаимодействии и вариативности исторического процесса; – о практике как способе отношения человека к миру; – об особенностях функционирования знания в современном информационном обществе; – о роли науки и информационных технологий в развитии цивилизации, о ценности научной рациональности и ее исторических типах, о соотношении науки и управления; - об актуальных проблемах перспектив управления в эпоху становления информационной цивилизации. Уметь: - работать с современной научной литературой;

	занятии или студенческой научной конференции; – работать с текстами, анализировать их; – творчески осмысливать изучаемый материал, критически анализировать литературные источники, делать выводы и обобщения; – применять полученные знания при разработке экономических и социальных проектов, организации межличностных отношений в сфере управленческой деятельности и бизнеса; – самостоятельно мыслить, обосновывать, аргументировано доказывать и отстаивать собственные убеждения человека, личности, гражданина и патриота; - стремиться к личностному и профессиональному развитию. Владеть: - пониманием роли философии в истории человеческой культуры и становлении управленческих идей; - знанием об основных этапах развития мировой философской мысли, представлением о важнейших школах и учениях выдающихся философов; – общим представлением об основных отраслях философского знания; – пониманием специфики философского видения управления; – знаниями о научной картине мира, ее функциональных понятиях и принципах, о концепции человека; об эстетических ценностях; об историчности человеческого бытия; многообразии культур и цивилизаций, их взаимодействиях, - этическими взглядами, ценностями и убеждениями, применять их в жизни, в т.ч. в управленческой деятельности, - методами анализа социокультурного влияния информационных технологий на социальную динамику, - методологией современного научного познания на стыке гуманитарных, экономических и управленческих
Используемые инструментальные и программные средства:	Программное обеспечение: – электронная библиотека, – сайт кафедры философии, – учебные программы в электронном виде, – электронные учебники. Данная дисциплина обеспечена: - информационной техникой, – электронным курсом лекций, – необходимым оборудованием для лекций-презентаций,
Формы промежуточного контроля:	тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, анализ текстов, дискуссии.
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен

Б.1.Б.3. Иностранный язык (английский)

Цель изучения дисциплины:	Целевое назначение курса предполагает владение студентами английским языком в сфере повседневного общения на европейском продвинутом уровне C1 и C2.
Задачи изучения дисциплины	Сформировать способность средствами изучаемого языка осуществлять речевую деятельность в соответствии с целями, задачами, ситуацией общения; заложить комплекс навыков и умений, позволяющих свободно участвовать в речевом общении, т.е. сформировать коммуникативную компетенцию на основе: - <i>лингвистической компетенции</i>, под которой подразумевается владение знаниями о системе языка, о правилах функционирования единиц языка в речи; - <i>языковой компетенции</i> - способности с помощью системы языка понимать чужие мысли и выражать собственную точку зрения в устной и письменной форме; - <i>социокультурной компетенции</i> - знании национально-культурных особенностей социального и речевого поведения носителей изучаемого языка, включающих обычаи, этикет, социальные стереотипы, историю и культуру, а также умение пользоваться полученными знаниями в процессе общения; - <i>социальной компетенции</i>, предполагающей желание и умение вступать в коммуникацию с другими людьми, способность ориентироваться в ситуации общения, строить высказывание в зависимости от коммуникативного намерения говорящего и ситуации; - <i>стратегической /компенсаторной/ компетенции</i>, предусматривающей восполнение пробелов в знании языка в речевом и социальном опыте общения в иноязычной среде, умение прибегать к необходимым стратегиям при чтении, аудировании, говорении, переключаться с одной стратегии на другую; - <i>дискурсивной компетенции</i>, т.е. способности использовать те или иные стратегии при конструировании и интерпретации текста, знание особенностей, присущих различным типам дискурсов, а также способность порождать дискурсы в процессе общения (доклад, сообщение, обсуждение и др.); - <i>предметной компетенции</i> - способности ориентироваться в содержательном плане общения в определенной сфере человеческой деятельности; - <i>профессиональной компетенции</i>, подразумевающей вместе со способностью к успешной профессиональной коммуникации и владением соответствующими знаниями наличие личностных качеств, призванных обеспечить эффективность осуществления этого вида деятельности.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Содержание дисциплины помимо грамматических аспектов включает изучение разнообразных тематических аспектов, таких как: работа, профессия, образование,

	развитие науки и техники, книги, путешествия, транспорт, виды отдыха, спорт, творчество, поэзия, живопись, музыка, правила поведения в различных странах, этикет, язык, как основная форма общения и т.п.
Компетенции, формируемые в результате	ОК-1; ОК-3; ОК-5; ОК-6; ОК-10; ОК-12; ОК-14; ПК-4; ПК-5; ПК-25; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина «Иностранный язык» относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе (английский язык, русский язык, история и др.)
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: • Знать: теоретические основы грамматики изучаемого языка, общепрофессиональную и специальную лексику, устный темп для профессионального и делового общения; • Уметь: читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка и на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности, реферировать и аннотировать литературу по специальности на изучаемом языке; • Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность, владеть устной монологической и диалогической речью в пределах специальной тематики.
Формы проведения занятий	Практические занятия, лекции, тематические дискуссии, презентации, обсуждение конкретных ситуаций.
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля	Тесты, опросы, диктанты, контрольные работы
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.Б.4. Правоведение

Цель изучения дисциплины:	Основная цель учебной дисциплины «Правоведение» - дать студентам первоначальные знания о праве, выработать позитивное отношение к нему, осознать необходимость соблюдения правовых норм, тем самым обеспечить полную, профессиональную подготовку бакалавра функционирующего в области международного бизнеса.
---------------------------	--

Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Программа учебной дисциплины «Правоведение» включает изучение следующих вопросов: понятие и признаки правового государства, его функции и их осуществление; теории происхождения государства и права; определение источников права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации, статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности), федеративное устройство государства, конституционные права и свободы и т.д.; основы трудового права; основы международного права, роль современного международного права в обеспечении прав и свобод человека, международно- правовые акты о правах человека и гражданина.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-2, ОК-3, ОК-9 Роль и значение учебной дисциплины «Правоведение» состоит в формировании профессиональных способностей и личностных качеств бакалавра.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина «Правоведение» относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе (обществознание, история и др.)
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Значение дисциплины определяется, прежде всего, тем, что она даст первоначальные знания о правовом регулировании общественных отношений. Изучения учебной дисциплины «Правоведение» направлено на: овладение студентами знаниями о государстве и праве в целом а, также отраслей материального права, о возможности применения норм права в решении наиболее сложных и актуальных задач в области менеджмента.
Формы проведения	Лекции, практические занятия, тематические дискуссии, презентации, обсуждение конкретных ситуаций.
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, нормативные акты.
Формы промежуточно	Тесты, опросы, контрольные работы
Форма итогов	Экзамен

Б.1.Б.5. Институциональная экономика

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной	ОК-2; ОК-4; ОК-5; ОК-9; ОК-13; ОК-20; ПК-4; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-13; ПК-16; ПК-17; ПК-26; ПК-27; ПК-28; ПК-29; ПК-31; ПК-42; ПК-46; ПК-50
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточ	
Форма итогового контроля знаний:	Курсовая работа, зачет, экзамен

Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ

Б.1.В.1. Основы социального государства

Цель изучения дисциплины	Учебная дисциплина «Основы социального государства» ставит своей целью дать студентам научное представление о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о политике, понимание актуальных проблем социальной политики и возможностей повышения ее эффективности, знания о деятельности основных институтов гражданского общества, а также дать студентам навыки использования полученных знаний в области государственной политики как в теоретическом, так и в практическом плане.
Основное содержание дисциплины	Сущность, принципы и модели социального государства. Социальное рыночное хозяйство как ресурсная база социального государства. Механизмы обеспечения условий для успешной деятельности социального государства. Социальная политика социального государства: уроки развитых стран. Социальная политика российского государства: основные направления, опыт, проблемы, решения.
Компетенции	ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-8; ОК-9; ОК-12; ПК-15; ПК-24; ПК-27; ПК-50
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать:закономерности формирования социальной политики государства современные концепции построения социального государства исторический процесс становления социального государства методологию организации социальной жизни общества современные механизмы функционирования социального государства нормативные и правовые документы социальной политики государства Уметь: самостоятельно анализировать социокультурную ситуацию в стране. применять знания о социальной политике государства в профессиональной деятельности использовать знания методологии организации социальной жизни общества в непосредственной работе на базе знаний о социальной роли государства конструктивно решать вопросы принятия управленческих решений использовать знания нормативных правовых документов в профессиональной деятельности оценивать последствия макроэкономической политики на уровне местного управления оценивать современную социокультурную ситуацию в динамике макроэкономической политики

Формы проведения занятий	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов в аудитории под контролем преподавателя, Деловые и ролевые игры, дискуссии
Используемые инструментальные и программные средства:	Тренинги Кейсы (анализ корпоративных ситуаций) Групповые дискуссии Имитационное моделирование Фонд тестовых и контрольных заданий.
Формы промежуточного контроля:	Контрольные тестирования, контрольные работы,
Форма итогового	Зачет

Б.1.В.ОД.2.

Экономическая теория

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-2; ОК-4; ОК-6; ОК-12; ОК-13; ОК-15; ОК-19; ПК-11; ПК-15; ПК-18; ПК-19; ПК-24; ПК-26; ПК-27; ПК-29; ПК-30; ПК-31; ПК-35; ПК-36; ПК-38; ПК-40; ПК-41; ПК-42; ПК-44; ПК-45
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточнoгo	
Форма итоговогo	Зачет, экзамен

Б.1.В.ОД.3.

Мировая экономика

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-9; ОК-12; ОК-13; ОК-16; ОК-17; ОК-19; ПК-24; ПК-26; ПК-27; ПК-29; ПК-30; ПК-31; ПК-36; ПК-38; ПК-39; ПК-42; ПК-44; ПК-45; ПК-50

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итоговог	

Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл

Вариативная часть, дисциплины по выбору

Б.1.В.ДВ.1. Испанский язык, Французский язык, Немецкий язык

Цель изучения дисциплины:	Основной целью изучения иностранного языка (французского) является формирование у бакалавров профессиональной коммуникативной компетенции, т.е. достижение владения вторым / третьим иностранным языком как средством профессионального общения на уровне А2 – В1
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Основы грамматики французского языка. Темы для обсуждения и изучения лексики: знакомство, семья, учеба, отношения, история и география Франции, франкофония, транспорт, туризм, отельный бизнес, индустрия питания, виды работ в туризме,
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-1; ОК-3; ОК-5; ОК-6; ОК-10; ОК-12; ОК-14
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	История, английский язык, основы туризма, основы гостеприимства
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: историю, культуру и религию страны изучаемого иностранного языка, а также стран-партнеров по бизнесу; основы бизнес этикета; основы межкультурной коммуникации лексико-грамматические структуры, позволяющие высказывать своё мнение в беседе с иностранными партнерами; основы современного иностранного языка и культуры речи, основные принципы построения монологических текстов и диалогов, характерные свойства языка как средства общения и передачи информации; лексику, позволяющую логически верно выстраивать устное и письменное высказывание основные требования, предъявляемые к специалисту на современном рынке труда в области владения профессиональным иностранным языком Уметь: определять тип деловой культуры своего собеседника и выстраивать коммуникацию в соответствии с нормами бизнес этикета использовать знание иностранного языка в профессиональной деятельности, анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия; оптимально применять знания иностранного языка в различных ситуациях делового профессионального общения
Используемые инструментальные и программные средства:	Интерактивные формы общения на тему, презентации, деловые игры, ролевые игры. Мультимедийное обеспечение для проведения презентаций. Телевизор и DVD – проигрыватель, CD –

Формы промежуточн	Текущий, промежуточный и итоговый контроль осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы
Форма итоговог	Зачет, экзамен

Б.1.В.ДВ.2. Социология

Цель изучения дисциплины	Подготовка студентов к профессиональному решению социологических и психологических проблем управления.
Основное содержание дисциплины	Социология и психология менеджмента как научная дисциплина. Психологическая компетентность менеджера Методы исследований в социологии психологии менеджмента. Личность как объект управления. Внутренний и внешний имидж организации Организационная культура и управленческая деятельность Трудовая мотивация и удовлетворенность трудом. Общение (коммуникации) в организации. Основы психологического профессионального отбора.
Компетенции,	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-22; ПК-1; ПК-24
Наименование дисциплин необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: проблематику, методы, основные достижения и тенденции развития социологии и психологии менеджмента, отечественные и зарубежные теории и концепции. Уметь: использовать теоретические знания для анализа социологических и психологических проблем менеджмента, осуществлять самостоятельную аналитическую и научно-исследовательскую работу в области социологии и психологии управления, применяя адекватные методы и методики в соответствии с целями, задачами и методологией исследования. Иметь навыки: решения практических социологических и психодиагностических задач в организациях.
Формы проведения занятий	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов в аудитории под контролем преподавателя
Используемые инструментальные и программные средства:	Деловые игры Тренинги Кейсы (анализ корпоративных ситуаций) Групповые дискуссии Имитационное моделирование Фонд тестовых и контрольных заданий.

Формы промежуточного контроля:	Контрольные задания Тестирование Коллоквиумы
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.1.В.ДВ.2. Культурология

Цель изучения дисциплины:	Целями освоения дисциплины «Культурология» является формирование у студентов представления о культуре как о целостном явлении, меняющем свои характеристики в ходе мировой истории, об основных подходах и направлениях анализа культуры и культурных процессов
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема 1. Структура современного культурологического знания. Тема 2. Понятие «культура» в исторической ретроспективе Тема 3. Основные антропологические концепции в культуре. Тема 4. Структурные компоненты культуры Тема 5. Культура как социальное явление Тема 6. Вечные ценности в культуре
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-22; ПК-1; ПК-24
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: Базовые культурологические концепции, навыки, общепрофессиональные теоретические представления о культуре получаемые в как явления; Уметь: понимать, воспроизводить и критически анализировать освоения базовую информацию по культурологической проблематике; Владеть: навыками и методами культурологического анализа социальных явлений и процессов.
Формы проведе	Лекции, тематические дискуссии, обсуждение
Используемые инструментальные и программные	Интернет-ресурсы, компьютерный класс, мультимедийный проектор.
Формы промежуточ	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итого	Зачет

Б.1.В.ДВ.3. Психология

Цель изучения дисциплины:	Целями освоения дисциплины «Психология» являются освоение студентами знаний общих проблем профессиональной деятельности, предмета, методологии и структуры психологии и педагогики, истории психолого-педагогической мысли, современных ведущих тенденций развития отечественной психолого-педагогической научной школы
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема No 1 . Психология как наука Тема No 2. Дидактика – теория обучения и образования. Тема No 3. Теория и методика воспитания. Тема No 4. Психология познавательных процессов Тема No 5. Психология личности Тема No 6. Структура современной системы образования Тема No7. Психология общения
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-7; ОК-10; ОК-11; ОК-19; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - общие основы сущности и особенностей профессионально-педагогической деятельности; - функции изучаемой науки, категориальный аппарат психологии и педагогики, направления психолого-педагогических исследований; - характеристику психических процессов, психических состояний и психологических основ деятельности человека; - педагогические закономерности процессов воспитания, образования и обучения; - краткую историю развития психологической и педагогической мысли. Уметь: - применять полученные знания в практической деятельности; - решать психолого-педагогические задачи, ситуации в конкретных условиях их возникновения; - использовать практические навыки специфики вербального и невербального общения как средства воздействия, восприятия и понимания друг друга. Владеть - умениями и навыками организации учебно-познавательной деятельности и осуществления психолого-педагогической диагностики; - умениями и навыками прогнозирования и проектирования психолого-педагогических ситуаций; - моделированием и конструированием в области профессиональной деятельности; - умениями и навыками накопления профессионального опыта.
Формы проведе	Лекции, тематические дискуссии, обсуждение
Используемые инструментальные и программные	Интернет-ресурсы, компьютерный класс, мультимедийный проектор.
Формы промежуточ	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итога	Зачет

Б.1.В.ДВ.3. Конфликтология

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-7; ОК-10; ОК-11; ОК-19; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведе	Лекции, тематические дискуссии, обсуждение
Используемые инструментальные и программные средства:	Интернет-ресурсы, компьютерный класс, мультимедийный проектор.
Формы промежуточ	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итого	Зачет

Б2. Математический и естественнонаучный цикл

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ

Б.2.Б.1. Математика

Цель изучения дисциплины:	Основная цель дисциплины "Математика" – формирование компетенций, необходимых обучаемым для выполнения своих профессиональных и социальных функций. Основные задачи дисциплины: раскрыть возможности применения математики при принятии управленческих решений, построении и использовании экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей;
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Дифференциальное исчисление функции одной переменной. Множества. Функциональная зависимость. Графики основных элементарных функций. Предел числовой последовательности. Предел функции. Непрерывность функции в точке. Свойства непрерывных функций. Производная и дифференциал. Основные теоремы о дифференцируемых функциях и их приложения. Выпуклость функций. Линейная алгебра и аналитическая геометрия. Матрицы. Определители и их свойства. Решение линейных систем по формулам Крамера и методом Гаусса. Векторы. Линейные операции над векторами. Базис на плоскости и в пространстве. Скалярное произведение векторов. Прямая на плоскости. Кривые второго порядка: окружность; эллипс; гипербола; парабола. Прямая и плоскость в пространстве. Дифференциальное исчисление функции многих переменных. Функции нескольких переменных, их непрерывность. Производные и дифференциалы функций нескольких переменных. Экстремум функции нескольких переменных. Интегральное исчисление. Дифференциальные уравнения. Ряды. Первообразная и неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования. Определенный интеграл. Свойства определенного интеграла. Геометрические приложения определенного интеграла. Несобственные интегралы. Обыкновенные дифференциальные уравнения первого порядка. Дифференциальные уравнения первого порядка: с разделяющимися переменными; линейные уравнения, уравнения Бернулли. Разностные уравнения. Основные понятия теории вероятностей и математической статистики. Элементы комбинаторики и теории множеств. Случайные величины. Законы распределения вероятностей для

	функций от известных случайных величин. Цепи Маркова и их использование в моделировании социально-экономических процессов. Статистические методы обработки экспериментальных данных. Модель корреляционного анализа. Модель множественной линейной регрессии. Метод наименьших квадратов для получения оценок коэффициентов регрессии. Кластер-анализ.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-15; ПК-31; ПК-32; ПК-41
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: основные понятия и инструменты алгебры и геометрии, математического анализа, теории вероятностей, математической и социально-экономической статистики; Уметь: решать типовые математические задачи, используемые при принятии управленческих решений; - использовать математический язык и математическую символику при построении организационно-управленческих моделей; - обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Зачет, контрольные работы, тесты
Форма итогового контроля знаний:	Зачет 1 семестр, экзамен 2 семестр

Б.2.Б.2. Статистика (теория статистики, социально-экономическая статистика)

Цель изучения дисциплины:	Овладение студентами статистической методологией и ее применением при исследовании социально-экономических процессов, протекающих на предприятиях, на уровне видов экономической деятельности и в национальной экономике в целом.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Дисциплина включает два раздела: Раздел I «Общая теория статистики», Раздел II «Социально-экономическая статистика» Содержание первого раздела включает темы, предполагающие изучение видов и форм организации

	статистического наблюдения; обобщения результатов наблюдения и построения систем обобщающих показателей; методов анализа распределений; методов выборочного обследования и изучения взаимосвязей; динамики социально-экономических явлений; экономических индексов. Содержание второго раздела включает темы, позволяющие изучить основные демографические процессы; особенности формирования и развития рынка труда; основы макроэкономической статистики и системы национальных счетов; экономических активов; статистику финансов, включая систему госфинансов и финансов предприятий; современные подходы к анализу уровня жизни населения
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-4; ОК-6; ОК-7; ОК-9; ОК-13; ОК-15; ОК-16; ПК-26; ПК-29; ПК-30; ПК-31; ПК-32; ПК-34; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	1. Экономическая теория 2. Математика
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	«Знать» • Основные понятия социально-экономической статистики • Основные задачи и этапы статистического исследования • Основные инструменты статистического исследования социально-экономических процессов «Уметь» • Проводить сбор и обобщение первичных статистических данных • Обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные с использованием методов структурного и динамического анализа статистических совокупностей • интерпретировать и использовать результаты статистического исследования «Владеть» • статистическими методами анализа структуры совокупностей данных • статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач • методами построения прогнозов развития социально-экономических явлений
Используемые инструментальные и программные средства:	Excel, пакеты прикладных программ
Формы промежуточного контроля:	Зачет, контрольные работы
Форма итогового контроля знаний:	Курсовой проект, экзамен

Б.2.Б.3. Методы принятия управленческих решений

Цель изучения дисциплины:	Целью изучения курса "Методы принятия управленческих решений" является формирование у бакалавров теоретических знаний, практических навыков по вопросам, касающимся принятия управленческих решений; обучение их основным математическим понятиям и методам принятия решений применительно к решению задач наиболее эффективного управления различными организационными системами, учитывая неопределенность внешних обстоятельств и ограниченность внутренних возможностей управляемого объекта.
Задачи изучения дисциплины	Задачи изучения дисциплины: • ознакомление с основами теории принятия управленческих решений; • развитие у студентов аналитического мышления; • обучение теории и практике принятия решений в современных условиях хозяйствования; • привитие навыков количественного обоснования принимаемых решений по организации управления как на микро-, так и на макро уровнях с выявлением краткосрочных и долгосрочных последствий этих решений; • рассмотрение широкого круга задач, возникающих в практике менеджмента и связанных с принятием решений, относящихся ко всем областям и уровням управления.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Дисциплина "Методы принятия управленческих решений" посвящена детерминированным методам принятия решений в экономике и принятию решений в условиях неопределенности и включает в себя: основы теории принятия решений и исследования операций, линейное и нелинейное программирование, дискретное (целочисленное) программирование, теорию графов, динамическое программирование, основы математической теории принятия решений в условиях неопределенности, конфликтные ситуации и теорию игр, многокритериальные
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ОК-8; ОК-15; ОК-17; ОК-18; ОК-20; ПК-4; ПК-8; ПК-9; ПК-18; ПК-22; ПК-31; ПК-42; ПК-44; ПК-47
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Математика, статистика, эконометрика, экономическая теория, теория менеджмента
Формы проведения занятий	Проблемные лекции, практические занятия, презентации, обсуждение конкретных ситуаций.
Используемые инструментальные и программные средства:	Предусмотрена отработка навыков подготовки и принятия управленческих решений с реализацией типовых задач менеджмента на компьютере.
Формы промежуточного контроля:	Проведение опросов, компьютерное тестирование, контрольное задание
Форма итогового контроля знаний:	Курсовая работа, экзамен

Б.2.Б.4. Информационные технологии в менеджменте

Цель изучения дисциплины:	– формирование мировоззрения, позволяющего профессионально ориентироваться в быстро меняющейся информационной сфере; – приобретение умения использовать информационные технологии для получения, обработки и передачи информации в области экономики; – умение реализовывать простейшие экономические модели стандартными офисными средствами
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема 1. Архитектура экономических информационных систем Тема 2. Информационное обеспечение ЭИС Тема 3. Технологические процессы обработки экономической информации Тема 4. Интеллектуальные системы и технологии обработки данных Тема 5. Инструментальные средства финансового менеджмента предприятия Тема 6. ВІ-решения эффективного управления экономическими объектами информационных систем Тема 7. Обзор специализированных информационных систем
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-16; ОК-17; ОК-18
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина относится к разделу Б.2. – «Математический и естественнонаучный цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: основные методы получения, хранения, передачи и преобразования информации; подходы к измерению количества информации; системы счисления; сферы применения информационных технологий; технику личной работы; сети ЭВМ; освоения алгоритмизацию и программирование; основные аспекты защиты информации. Уметь: использовать полученные знания и навыки в учебном и воспитательном процессе; Владеть: навыками логического мышления, понимать исторически возникшие трудности при развитии некоторых понятий информатики и информационных
Формы проведения занятий	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых игр, разбор конкретных ситуаций) в

Формы промежуточног	Контрольные тестирования, контрольные работы
Форма итоговог	Курсовая работа, зачет с оценкой, экзамен

Б.2.В.ДВ.1. Концепции современного естествознания

Цель изучения дисциплины:	Овладение знаниями и пониманием законов развития природы, общества, и умением оперировать этими знаниями в профессиональной деятельности
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема 1. Естествознание как составная часть культуры. Тема 2. Происхождение Вселенной. Большой взрыв. Тема 3. Физические картины мира Тема 4. Происхождение жизни. Биологические картины мира. Тема 5. Универсальность эволюции. Тема 6. Закономерность случайности. Симметрия природы и ее законов Тема 7. Современные научные достижения и высокие технологии. Тема 8. Глобальные катастрофы. Тема 9. Энергетические ресурсы и перспективные технологии.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-2; ОК-13; ОК-22; ПК-3; ПК-8
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: Закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы в мировом и отечественном естествознании; Основные понятия и модели природных процессов; Уметь: Применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы естественных наук в своей профессиональной деятельности; Ориентироваться в мировом историческом процессе анализировать процессы и явления, происходящие в области естествознания. Применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетенции; Владеть: Навыками целостного подхода к анализу проблем общества; Навыками извлечения необходимой информации из периодической и специальной литературы.
Формы проведения занятий	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Лекционные занятия проводятся с использованием мультимедийного оборудования (презентаций и учебных фильмов).
Формы промежуточного контроля:	Промежуточный и итоговый контроль (тесты) осуществляются с использованием сети Internet. Тестирование, доклады, контрольная работа.
Форма итогового	Зачет

Б3. Профессиональный цикл

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ

Б.3.Б.1. Теория менеджмента

Цель изучения дисциплины	Формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.
--------------------------	---

Краткая характеристика учебной дисциплины характер	Дисциплина включает в себя следующие разделы Раздел 1. Управление в деятельности человека Раздел 2. Основные характеристики менеджмента Раздел 3 Диверсификация менеджмента Раздел 4 Ресурсы менеджмента Раздел 5. Роли менеджера Раздел 6. Развитие менеджмента Система управления: понятие системы управления, распределение функции, полномочий и ответственности, принципы построения систем управления, факторы формирования систем управления; понятие звена управления, разработка комплекса функций обособляемого звена системы управления, типология систем управления. Централизация и децентрализация управления: полномочия и факторы их распределения; делегирование полномочий в процессах управления, функциональное содержание полномочий; выбор и регулирование степени централизации управления. Отношения власти в системе управления: понятие и типология власти; власть и авторитет менеджера; признаки, факторы и проявления неуправляемости; источники власти в управлении организацией; партнерство в процессах менеджмента. Мотивация деятельности в управлении: мотивы деятельности человека и их роль в управлении, основные понятия и логика процесса мотивации, факторы формирования мотивов труда; использование мотивации в практике менеджмента; факторы эффективности мотивации; современные концепции мотивации. Лидерство и стиль управления: процессы формирования и основные составляющие лидерства, формальные и неформальные факторы лидерства, проявление лидерства в стиле управления, тенденция развития стиля управления. Групповая динамика и конфликты: роль группы в поведении и деятельности человека, формирование групп, взаимодействия в группе и в организации; возникновение, проявление и разновидности конфликтов, влияние конфликтов на управление. Организационные изменения и развитие: природа процесса изменений, организация проведения изменений, внедрение изменений; развитие как фактор стабильности и эффективности, управление функционированием и управление развитием; инновационность и стратегии развития. Управление качеством и качество управления: качество как объект и характеристика управления, основные черты и особенности управления качеством, разновидности систем управления качеством.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной	ОК-4; ОК-13; ОК-20; ПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-18; ПК-22; ПК-25; ПК-37

Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной	Экономическая теория, социология и психология менеджмента
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	«Знать» – основные этапы развития менеджмента, – принципы развития и закономерности функционирования организации; – роли, функции и задачи менеджера в современной организации; – типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; – основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. «Уметь» – анализировать организационную структуру и уметь разрабатывать предложения по ее совершенствованию; – анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; – организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач. «Владеть»: – методами реализации основных управленческих функций; – современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации
Используемые инструментальные	Используются комплекты слайдов, учебные видеофильмы
Формы промежуточного контроля	Промежуточный контроль осуществляется в виде контрольных работ, проверки и оценки домашних заданий
Форма итогового контроля знаний	Курсовая работа, зачет, экзамен

Б.3.Б.2. Маркетинг

Цель изучения дисциплины:	Целью изучения дисциплины является овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для видения маркетинговых аспектов управления и деятельности организации в целом.
Задачи изучения дисциплины	Учебные задачи: • изучение теоретических основ и особенностей маркетинга и развитие умений их использования в управленческой деятельности; • овладение студентами основными методами решения маркетинговых задач, умений идентификации маркетинговых аспектов проблем менеджмента, а также решения управленческих проблем средствами маркетинга; • получение знаний конкретных приемов по обеспечению и повышению эффективности маркетинговой деятельности компаний, формирование основных навыков подготовки маркетинговых решений.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Курс направлен на изучение теоретических аспектов маркетинга, в рамках которых рассматриваются основные маркетинговые концепции, подходы к пониманию маркетинга, функции и задачи маркетинга в организации; даются основы анализа и изучения маркетинговой среды компании. Курс дает бакалаврам общее представление о стратегических подходах к управлению маркетингом, делается акцент на таких маркетинговых аспектах деятельности компании как: 1) цели маркетинговой деятельности компаний, виды и классификация маркетинговых стратегий, процесс стратегического маркетингового планирования; 2) стратегии достижения целевых рынков: недифференцированный (массовый маркетинг), дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, индивидуальный маркетинг; 3) целевой маркетинг: сегментирование рынка, выбор целевых рынков и позиционирование. Переменные и критерии сегментирования рынка; 4) стратегия позиционирования, виды позиционирования, особенности сегментирования и позиционирования на потребительском и промышленном рынках. Изучается также поведение потребителей, модель потребительского поведения, стимулы и факторы, влияющие на поведение потребителя, процесс принятия решения о покупке. Особое внимание уделяется изучению основных маркетинговых инструментов, используемых в управлении компанией: 1) управление продуктом - продукт и его виды, уровни продукта, маркетинговая классификация продуктов. Ассортиментная политика компании. Параметры ассортимента: глубина, ширина, устойчивость. Марочная политика: брэнд и марка, виды марок, марочные стратегии, процесс разработки и управления брэндом. Особенности брендинга на промышленном и потребительском рынках.

	Концепция жизненного цикла продукта. Маркетинговые аспекты процесса разработки нового продукта. Упаковка и маркировка, гарантии и сервис. 2) маркетинговые каналы распределения продукции - Типы маркетинговых каналов для промышленного и потребительского рынков. Функции посредников. Выбор типа маркетингового канала. Управление каналами распределения. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные и гибридные маркетинговые системы. Розничные и оптовые посредники: их роль, функции в маркетинговом канале, их маркетинговые стратегии. Прямой маркетинг. 3) интегрированные маркетинговые коммуникации - Коммуникации и маркетинг. Модель коммуникации. Цели маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, публик рилейшнз, стимулирование сбыта, их сильные и слабые стороны. Критерии выбора и сочетание средств маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки маркетинговой коммуникации. 4) цены и ценообразование в маркетинге - Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики компании. Стратегии ценообразования. Тактические решения в области ценообразования: установление исходной цены и корректировка цен. Методы установления исходной цены. Факторы, влияющие на установление и изменение цен. Кроме того, данная дисциплина освещает организационные вопросы управления маркетингом в организации.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-12; ПК-3; ПК-5; ПК-7; ПК-10; ПК-30; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Данный курс базируется на знаниях, которые непосредственно формируются следующими предшествующими курсами: 1. Введение в международный менеджмент 2. Экономическая теория 3. Информационные технологии в менеджменте 4. Математика 5. Статистика 6. Теория менеджмента 7. Социология и психология менеджмента
Формы проведения занятий	Лекции, тематические дискуссии, разбор конкретных ситуаций, деловые игры
Используемые инструментальные и программные средства:	Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение проблемных лекций, изучение студентами представленных в виртуальном учебном пространстве модулей и самостоятельную внеаудиторную работу.
Формы промежуточного контроля:	Проведение опросов, компьютерное тестирование, презентация проблемных заданий, конкурс научных работ.
Форма итогового контроля знаний:	Курсовой проект, зачет / Экзамен

Б.3.Б.3. Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ)

Цель изучения дисциплины:	Формирование у обучающихся понятия принципов и методологии ведения бухгалтерского учета имущества организации, собственного капитала и ее обязательств; представления о теоретических и методических основах проведения экономического анализа
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Сущность, содержание и основные понятия бухгалтерского финансового и управленческого учета, экономического анализа; бухгалтерский баланс, счета и двойная запись; организация бухгалтерского учета: система сбора и обобщения информации об активах, капитале и обязательствах организации, необходимой для составления бухгалтерской отчетности, а также для разработки управленческих решений; контроль и оценка результатов деятельности; методы калькулирования себестоимости и системы учета затрат; приемы и способы формирования информации в целях принятия управленческих решений; анализ безубыточности и способы его использования в целях формирования информации для принятия оперативных управленческих решений; калькуляция себестоимости по нормативным издержкам, виды отклонений; калькуляция себестоимости с полным распределением затрат и по переменным издержкам; научно- теоретические и методологические основы финансово- экономического анализа; роль экономического анализа в управлении организацией; виды, направления и основные методы анализа; анализ финансовой устойчивости и ликвидности, кредито- и платежеспособности организации; содержание финансового и управленческого анализа и последовательность его проведения; анализ эффективности капитальных и финансовых вложений
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-8; ОК-9; ОК-12; ОК-15; ОК-16; ОК-18; ПК-3; ПК-8; ПК-9; ПК-11; ПК-12; ПК-18; ПК-19; ПК-20; ПК-24; ПК-25; ПК-26; ПК-29; ПК-30; ПК-31; ПК-32; ПК-34; ПК-38; ПК-39; ПК-40; ПК-41; ПК-42; ПК-47
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	1. Экономическая теория 2. Институциональная экономика 3. Теория менеджмента

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	знать: - существо счетного оформления хозяйственных операций, понимать характер их влияния на финансовое состояние и имущественное положение организации; - базовые критерии формирования в учете информации, необходимой для управления деятельностью предприятия, ведения учета активов, обязательств и капитала, доходов и расходов; - основные направления развития системы нормативного регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации; - систему сбора, обработки и подготовки информации управленческого характера; - для каких целей и каким образом используется менеджерами информация бухгалтерского управленческого учета; - основные принципы составления внутренней отчетности и ее взаимосвязи с бухгалтерской (финансовой) отчетностью; - об отличиях и взаимосвязи финансового, управленческого и налогового учета; - основополагающие методики анализа функционирования коммерческих организаций; взаимосвязь финансовых показателей деятельности хозяйствующего субъекта; уметь: - читать, проверять и обрабатывать исходную бухгалтерскую информацию; - использовать систему знаний о принципах бухгалтерского и управленческого учета для разработки и обоснования учетной политики организации; для систематизации данных о производственных затратах, оценки производственной себестоимости и определения прибыли; - применять в целях отражения информации о деятельности хозяйствующих субъектов план счетов бухгалтерского учета, составлять корреспонденции бухгалтерских счетов для отражения хозяйственных операций; - делать выводы о финансовом состоянии предприятия по данным бухгалтерской финансовой отчетности; - разрабатывать рекомендации по совершенствованию учетной политики, документооборота с целью повышения эффективности деятельности организации; - использовать инструменты управленческого учета для оценки эффективности будущих управленческих решений; - решать проблемы оценки эффективности производства и сбыта новых изделий, работ, услуг; изменения объема и ассортимента продукции; долгосрочных вложений; - пользоваться методологическими принципами и конкретными способами финансового анализа; - систематизировать факторы, показатели и результаты; - систематизировать факторы, показатели и результаты; - формулировать выводы, давать объективную оценку и аналитическое заключение о результатах деятельности хозяйствующих субъектов;
--	--

	владеть: - навыками отражения информации о хозяйственной деятельности с помощью средств бухгалтерского учета; - навыками анализа и классификации затрат предприятия по различным признакам с целью управления финансовым результатом организации; - навыками подготовки информации в целях принятия управленческих решений; - способами построения системы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг; - комплексным подходом в изучении результатов деятельности коммерческой организации; - навыками самостоятельного проведения экономических расчетов; - навыками оперативной и качественной диагностики финансово-хозяйственной деятельности коммерческой
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуто	Проведение контрольных работ, тестирования, выполнение домашнего задания
Форма итогового контроля знаний:	Курсовая работа, зачет, экзамен

Б.3.4. Финансовый менеджмент

Цель изучения дисциплины:	Дисциплина «Финансовый менеджмент» играет важную роль в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент». Курс «Финансовый менеджмент» направлен на развитие основных практических навыков менеджера и углубление знаний, необходимых при подготовке и реализации решений по управлению финансами. Целями освоения дисциплины «Финансовый менеджмент» являются изучение методологического аппарата формирования финансов в России, развития и совершенствования финансовых отношений, теоретических основ экономической категории финансов, включая понятия сущность и функции финансов, финансовая система, финансовая политика государства, управление государственными финансами, бюджет и бюджетное устройство, внебюджетные фонды государственный кредит, организация страховой системы, рынка ценных бумаг, управление финансами предприятий и организаций. Задачи дисциплины - систематизация экономических знаний, полученных ранее; - развитие категорийного мышления, на основе раскрытия и использования функций финансовых экономических и распределительных категорий; - обобщение знаний и формирование навыков самостоятельной аналитической работы в область финансов. Изучение основ взаимодействия участников
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Студенты получают знания в системе экономических отношений между государством, предприятиями (организациями) и населением в процессе формирования фондов денежных средств, их эффективного использования. У студентов формируется представление о функционировании бюджетной системы государства: формировании доходов, в т.ч. раскрытия в процессе изучения работы налогового механизма, направления расходования средств, в т.ч. межбюджетные отношения. Изучается взаимосвязь и взаимовлияние элементов финансово-кредитной системы. Роль, сущность, функции и задачи каждого из них. В процессе получения и накопления знаний студенты обретают навыки моделирования процессов взаимодействия государства, предприятий (организаций), участников финансового рынка и населения. Определять системные связи, цели и задачи их совместного функционирования. Опираясь на опыт и прогнозы поведения участников экономических отношений, студенты могут определять причинно-следственные связи, недостатки и проблемы их деятельности, разрабатывать мероприятия и программы

	финансового оздоровления, повышения кредитного рейтинга, совершенствования финансового управления.
Компетенции, формируемые	ОК-5; ОК-8; ОК-9; ОК-11; ОК-15; ОК-18; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-18; ПК-19; ПК-26; ПК-28; ПК-30; ПК-31; ПК-38; ПК-39; ПК-40; ПК-41; ПК-43; ПК-44; ПК-45; ПК-46
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Учет и анализ, Теория менеджмента, Мировая экономика, Экономическая теория, Математика
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: основные теории и концепции финансового менеджмента; понимать принципы, организацию и содержание работы финансового менеджера на предприятии; базовые подходы к анализу основных экономических дефиниций предприятия (включая активы, капитал, инвестиции, финансовые риски, денежный поток и т.д.). Уметь: использовать полученные знания при решении конкретных задач практики финансового менеджмента; выполнять основные процедуры по анализу как финансового состояния предприятия в целом, так и состояния отдельных показателей предприятия (включая активы, капитал, инвестиции, финансовые риски, денежный поток и т.д.); формировать рекомендации и предложения по оптимизации основных финансовых показателей предприятия (включая активы, капитал, инвестиции, финансовые риски, денежный поток и другие) Владеть: навыками творческого подхода в процессе осуществления финансовых операций, анализа и интерпретации финансовой, управленческой и иной информации для оценки финансового состояния предприятия, для принятия управленческих решений.
Формы проведен	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточн	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итогах	Зачет, экзамен

Б.3.Б.5. Управление человеческими ресурсами

Цель изучения дисциплины:	В условиях социально ориентированной рыночной экономики управление человеческими ресурсами является быстро развивающейся отраслью научных и практических знаний, составляющей основу управления деятельностью современной организации. Это связано с тем, что персонал и его трудовой потенциал являются объектом пристального внимания со стороны не только линейных,
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	В блоке вопросов «Методология управления человеческими ресурсами» рассматривается философия управления, теории управления о роли человека в организации, современная концепция управления персоналом, закономерности, принципы и методы управления персоналом. В блоке « Система управления персоналом организации» раскрывается понятие функционально-целевой модели системы управления организации и место в ней управления персоналом, сущность и этапы организационного проектирования системы управления персоналом, цели, функции и оргструктура системы управления персоналом, а также кадровое, делопроизводственное, информационное, техническое, нормативно-методическое и правовое обеспечение системы управления персоналом. Рассматривается концепция кадровой политики и стратегическое управления персоналом; сущность, цели и задачи кадрового планирования и маркетинг персонала; технология управления персоналом организации и его развитием, оценка экономической и социальной эффективности проектов совершенствования системы и технологий управления персоналом; аудит персонала.
Компетенции, формируемые в результате	ОК-2; ОК-3; ОК-5; ОК-7; ОК-9; ОК-11; ОК-21; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-13; ПК-14; ПК-37
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Теория менеджмента, Безопасность жизнедеятельности

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: основные теории и концепции взаимодействия людей организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации; причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях; бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом; уметь: проводить аудит человеческих ресурсов организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения; разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и программы их адаптации; разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность; использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации; разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации владеть: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами планирования карьеры.
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Опрос, тестирование по изучаемым темам курса, разбор конкретных ситуаций, деловые игры заслушиваются доклады,
Формы промежуточног	Рефераты, тестирование, доклады
Форма итогового	Экзамен

Б.3.Б.6. Стратегический менеджмент

Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины - сформировать у студентов базовые теоретические знания и основные практические навыки в области стратегического управления компаниями.
--------------------------	---

Задачи изучения дисциплины	В процессе обучения студенты должны выполнить следующие учебно-методические задачи: - сформировать представления об особенностях стратегического управления компаниями в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды; - приобрести теоретические знания и практические навыки по определению возникающих возможностей и по оценке угроз компании, исходя из анализа внешней среды и ее особенностей (сильных и слабых сторон); - выработать умение выполнять комплексный анализ стратегических позиций, динамики бизнес-окружения, целей стратегического развития компании; - изучить возможные варианты стратегий, методы разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии компании; - сформировать практические навыки разработки мероприятий по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям; изучить системы и методы стратегического контроля.
-----------------------------------	---

Содержание дисциплины	Раздел 1. Содержание и структура стратегического управления туристской фирмой Структура стратегического управления. Анализ среды. Определение миссии и целей. Выбор стратегии. Оценка реализации стратегии. Анализ макроокружения. Экономическая составляющая. Правовая составляющая. Политическая составляющая. Социальная составляющая. Экологическая составляющая. Технологическая составляющая. Система отслеживания макроокружения в стратегическом управлении. Анализ непосредственно окружения туристской фирмы. Анализ покупателей. Анализ поставщиков. Анализ конкурентов. Анализ рабочей силы. Анализ внутренней среды туристской фирмы Срезы внутренней среды организации. Сильные и слабые стороны фирмы. Организационная культура фирмы. Стратегические методы анализа среды. Метод SWOT. Матрица SWOT. Матрица возможностей. Матрица угроз. Составление профиля среды. Стратегические методы анализа внешней и внутренней среды. Миссия туристской организации. Понятие миссии. Носители интересов к деятельности туристской организации. Факторы выработки миссии. Цели туристской организации. Понятие, виды целей. Способы установления целей. Иерархия целей: Требования к целям. Построение дерева целей. Установление целей туристской организации. Фазы установления целей. Способы установления целей. Формы принятия решений. Раздел 2. Выработка и реализация стратегии фирмы. Эталонные стратегии развития бизнеса туристской фирмы Подходы к выработке стратегий. Стратегии концентрированного роста. Стратегии интегрированного роста. Стратегия создания корпоративных систем в туризме. Стратегии дифференцированного роста. Стратегии сокращения. Выбор стратегии. Уяснение текущей стратегии. Анализ портфеля бизнеса. Выбор стратегии фирмы. Матрица Томпсона - Стриккланда. Оценка выбранной стратегии. Задачи и стадии выполнения стратегии. Функции высшего руководства. Стратегические изменения: перестройка организации; радикальные преобразования; умеренные преобразования; обычные изменения. Организационная структура как объект стратегических изменений. Типы организационных структур. Факторы выбора организационной структуры. Особенности типов организационных структур. Организационная культура как объект стратегических изменений. Значение организационной культуры. Факторы влияющие на организационную культуру: первичный и вторичный. Стратегический анализ организационной культуры организации. Показатели эффективности. Показатели, характеризующие состояние внешней среды. Показатели, характеризующие внутриорганизационные процессы. Сравнение и оценка результатов. Проведение корректировки. Проведение стратегического контроля в организации. Основные показатели туризма в России. Проблемы национального туризма. Туристская фирма как социально - экономическая система. Основные свойства системы: целостность; взаимозависимость и взаимодействие системы и внешней среды; структурность; непрерывность функционирования и эволюции; альтернативность пути развития.
-----------------------	--

	Раздел 3. Исследование конкурентности туристских фирм Конкурентоспособность туристского продукта. Конкурентоспособность относительно институционального потребителя. Конкурентоспособность относительно физических лиц. Расчет конкурентоспособности туристского продукта. Концепция движущих сил рыночных отношений. Соперничество между производителями продукции. Силы поставщиков и силы покупателей в конкурентной среде. Силы национальных производителей. Силы конкуренции товаров - заменителей. Исследование конкурентных позиций соперничающих фирм. Позиции соперничающих фирм. Составление карт стратегических групп. Выбор переменных карт. Силы и слабость конкуренции между соперничающими фирмами. Анализ конкурентной позиции фирмы. Позиции тур.фирмы в конкурентной среде. Лидер рынка. Фирма, бросающая вызов окружению. Фирма - последователь. Фирма, знающая свое место. Значение стратегий туристских фирм в конкурентной борьбе. Факторы успеха фирмы в конкурентной среде: внутренние компетенции, динамические способности. Создание фирменной составляющей тур.продукта. Производственный подход к продукту. Продукт как средство удовлетворения потребностей покупателей. Значение функционально - потребительских свойств продукта. Усилия специалистов по созданию фирменной составляющей продукта: марка продукта; имидж продукта; гарантии продукта; эстетические показатели, показатели комфортности продукта; совершенство технологической реализации продукта. Значение фирменных составляющих и обеспечение продукта. Значение фирменных составляющих и обеспечение конкурентоспособности продукции. Современная концепция управления жизненным циклом продукта. Контроль жизненного цикла. Анализ жизненного цикла тур.продукта. Стратегия продукта на отдельных фазах его жизненного цикла. Стратегия создания нового продукта. Подходы к созданию нового продукта. Стратегический анализ жизненного цикла продукта. Проблемы эффективного планирования туристского продукта. Стратегическое планирование. Анализ портфеля продукции. Матрица «Рост - доля рынка». Маркетинговое планирование рынка туристских услуг. Роль маркетинга в разработке тур.услуги. Включение маркетинга в стратегическое управление. Разработка товарных и рыночных
Формируемые компетенции	ОК-8; ОК-20; ПК-3; ПК-8; ПК-15; ПК-16; ПК-17; ПК-18; ПК-19; ПК-23; П-37
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данно й дисциплины	1. Методы принятия управленческих решений 2. Экономическая теория 3. Теория менеджмента 4. Маркетинг 5. Информационные технологии в менеджменте

Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: • классификацию стратегических решений; • принципы и закономерности разработки стратегических решений; • способы описания процесса стратегического управления ; • основные матричные модели принятия стратегических решений; • способы реализации стратегии. «Уметь»: • идентифицировать и анализировать проблемную ситуацию стратегического управления; • решать типовые математические задачи, используемые при принятии стратегических решений; • использовать для принятия решения по координированию диверсифицированных бизнесов в проблемных ситуаций формализованный аппарат. «Владеть»: • методами проведения анализа и координации бизнес-единиц портфеля; • навыками реализации функциональных и продуктовых стратегий.
Формы проведения занятий	Лекции, лабораторные и практические занятия (включая деловые игры и разбор конкретных хозяйственных ситуаций (отечественный и зарубежный опыт), презентации, контрольные тесты), а также необходимое число часов самостоятельной работы студентов (в аудитории под контролем преподавателя и внеаудиторную работу) (домашние задания, рефераты и подготовка к занятиям)
Используемые инструментальные и программные средства	Виртуальное учебное пространство
Формы промежуточного контроля знаний	Промежуточное тестирование
Форма итогового	Курсовая работа, зачет, экзамен

Б.3.Б.7. Корпоративная социальная ответственность

Цель изучения дисциплины	Получение знаний об истории возникновения и развития, о современном состоянии прикладных социологических наук о труде, их основных проблемах, задачах и методах. Приобретение умений и навыков, необходимых для проведения квалифицированного проблемного анализа индивидуальной деятельности, определения причин ее дефицитности, разработки оптимизационных программ и проведения комплекса реализационных мероприятий.
--------------------------	---

Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Концепция корпоративной ответственности, введение представлений о ее статусе, объекте, предмете и основных задачах. Раскрывает основные понятия и теории КСО, модели социально-ориентированной экономики, особенности взаимодействия «бизнес-власть – общество» в организации благотворительности. Существующие подходы к КСО, Зарубежные и отечественные теории КСО. Общие теоретические понятия и концепции. Проблемы, концепции и методы, отнесенные к определенным разделам КСО. Методика сравнительного анализа зарубежного и отечественного опыта КСО. Методики оценки взаимодействия «бизнес-власть – общество» в организации благотворительности, методики распознавания трудностей в организации триадного взаимодействия Б-В-О и др. В курсе раскрываются: понятийный аппарат и методологическая база КСО; содержание этапов становления и развития КСО как отдельной научной дисциплины; роль фундаментальных исследований как постоянного стратегического резерва, обеспечивающего длительное и непрерывное управляющее воздействие науки; непосредственные прикладные исследования, являющиеся важным показателем становления
Компетенции, формируемые в результате освоения данной учебной дисциплины	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-12; ОК-13; ОК-19; ОК-20; ПК-9; ПК-10; ПК-13; ПК-14; ПК-16; ПК-50
Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины	Социология и психология менеджмента, теория менеджмента

Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	• трудности в организации триадного взаимодействия Б-В-О; • особенности восприятия бизнеса в массовом сознании; • особенности формирования общественного мнения к проблематике КСО в средствах массовых коммуникаций; • особенности формирования КСО в социальных региональных программах; • тенденции развития КСО в РФ и на постсоветском пространстве; • методики изучения мнения топ-менеджеров в их оценках КСО • интерпретировать основные понятия и теории КСО применительно к ситуациям; • использовать зарубежные и отечественные истории формирования КСО; • разбираться в тонкостях моделей социально-ориентированной экономики; • оценивать особенности взаимодействия «бизнес-власть – общество» в организации благотворительности; • оценивать особенности восприятия бизнеса в массовом сознании; • оценивать и интерпретировать особенности формирования общественного мнения к проблематике КСО в средствах массовых коммуникаций; • оценивать особенности формирования КСО в социальных региональных программах; • оценивать конкретные особенности формирования КСО крупных компаний; • методики оценивания особенностей восприятия бизнеса в массовом сознании; • методики оценивания и интерпретации особенности формирования общественного мнения к проблематике КСО в средствах массовых коммуникаций; • методики оценивания особенностей формирования КСО в социальных региональных программах; • методики оценивания конкретных особенностей формирования КСО крупных компаний; • методики оценивания тенденций развития КСО в РФ и на постсоветском пространстве; • методики изучения мнения топ-менеджеров в их оценках КСО
Используемые инструментальные и программные средства	Фонд тестовых и контрольных заданий; Сборник заданий для самостоятельной работы в аудитории под контролем преподавателя; Комплект домашних заданий; Методические указания к выполнению курсовой работы
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.8.Безопасность жизнедеятельности

Цель изучения дисциплины:	Приобретение знаний и умений: - необходимых для сохранения своей жизни и здоровья; - необходимых для обеспечения безопасности человека в современных экономических и социальных условиях; - в области защиты населения и территорий в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени, необходимых для спасения людей и материальных ценностей.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Раздел 1. Общие вопросы безопасности жизнедеятельности Тема 1. Основные понятия, термины и определения безопасности жизнедеятельности Тема 2. Законодательство, нормативная и нормативно-техническая документация по обеспечению безопасности жизнедеятельности Тема 3. Природные опасности и угрозы Тема 4. Техногенные опасности и защита от них Тема 5. Пожарная безопасность Тема 6. Социальная и медицинская безопасность Тема 7. Управление охраной труда Раздел 2. Безопасность в чрезвычайных ситуациях (ЧС) Тема 8. Нормативная и правовая база РСЧС и ГО Тема 9. ЧС мирного и военного времени Тема 10. Основы защиты населения и территорий в ЧС Тема 11. Прогнозирование и оценка обстановки в ЧС Тема 12. Устойчивость работы объекта экономики в ЧС Тема 13. Ликвидация последствий ЧС Тема 14. Основы противодействия терроризму
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-2; ОК-3; ПК-6
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Методы принятия управленческих решений

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: – правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; – последствия воздействия на человека негативных факторов внешней среды; – социальные и медицинские опасности; – основы противодействия терроризму; – средства и методы предупреждения, профилактики и обеспечения безопасности деятельности, в том числе пожарной безопасности; – основы управления охраной труда на предприятии; – основные понятия, термины и определения по вопросам прогнозирования, предотвращения и управления безопасностью в чрезвычайных ситуациях в процессе ликвидации их последствий; – нормативные и правовые документы по ГО и РСЧС; – классификацию чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера по характеру источника их возникновения и по размерам стихийного бедствия; – поражающие факторы чрезвычайных ситуаций, их влияние на человека, здания и сооружения, технику, инфраструктуру региона и экономику в целом; – нормы радиационной безопасности; – очаги и зоны поражения в чрезвычайных ситуациях, степени поражения, предельно-допустимые нормы; – порядок организации эвакуации, защитные сооружения, средства индивидуальной и медицинские средства индивидуальной защиты; – порядок формирования нештатных аварийно-спасательных формирований; – технические средства радиационной и химической разведки, дозиметрического контроля; – вопросы исследования и оценки устойчивости функционирования объектов экономики; – организацию и проведение аварийно-спасательных и других неотложных работ. Уметь: – использовать в профессиональной деятельности нормативные и правовые документы по обеспечению безопасности жизнедеятельности, РСЧС и ГО; – планировать и разрабатывать мероприятия по безопасности профессиональной деятельности, пожарной, социальной и медицинской безопасности; – проводить обучение по нормам и правилам охраны труда; – проводить расследование и учет несчастных случаев; – использовать средства по тушению пожаров; – осуществлять прогнозирование и оценку обстановки в чрезвычайных ситуациях; – использовать средства индивидуальной и индивидуальной медицинской защиты, а также подручные средства;
--	--

	химической разведки и радиационного контроля; – действовать по установленным сигналам оповещения; – проводить оценку устойчивости работы объекта экономики в чрезвычайных ситуациях и определять мероприятия по повышению устойчивости. Владеть навыками: – эффективного использования знаний и умений в области обеспечения безопасности жизнедеятельности, защиты окружающей среды, защиты в чрезвычайных ситуациях, охраны труда; – оказания первой помощи
Используемые инструментальные программные средства:	и Учебная аудитория, оборудованная средствами обеспечения безопасности жизнедеятельности, компьютерные обучающие программы по безопасности жизнедеятельности
Формы промежуточного контроля:	Контрольные домашние задания, реферат
Форма итогового контроля знаний:	Зачет

Б.3.9. Управление изменениями

Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины состоит в формировании у бакалавров базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области управления изменениями на предприятиях и в организациях.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Роль и значение дисциплины заключается в формировании у бакалавров представления о важной роли изменений в развитии организаций и получении знаний, умений и навыков в области подготовки, планирования и проведения изменений на предприятиях и в организациях. Программа дисциплины включает 4 раздела. Раздел 1 «Изменения как объект управления» Понятие и классификация изменений. Роль изменений в развитии организаций. Сущность и содержание управления изменениями. Современные концепции управления организационными изменениями. Раздел 2 «Сопротивление изменениям» Сопротивление как неизбежный феномен изменений. Понятие и причины сопротивления изменениям. Формы сопротивления на организационном уровне, уровне группы, уровне индивида. Методы выявления и преодоления сопротивления изменениям. Раздел 3 «Процесс управления организационными изменениями» Назначение, содержание и взаимосвязи основных этапов процесса управления организационными изменениями:

	диагностирование деятельности организации, разработка программы изменений, реализация программы изменений, оценка организационных изменений. Основные области изменений в организации: стратегия, структура, культура, технология, персонал. Раздел 4 «Оценка организационных изменений» Критерии, показатели и методы оценки эффективности проведения изменений в организации. Социальные последствия организационных преобразований. Опыт преобразований в российских и зарубежных организациях, проблемы управления изменениями и пути их решения.
Компетенции, формируемые в результате	ОК-8; ОК-13; ОК-20; ПК-3; ПК-17; ПК-21; ПК-24
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Концепции современного естествознания, Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение), Маркетинг, Методы принятия управленческих решений, Основы социального государства, Институциональная экономика
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итогово	зачет

Б.3.Б.10. Корпоративные финансы

Цель изучения дисциплины	Изучение методов, моделей и приемов инвестиционного анализа, применяемых для оценки эффективности и оптимизации управления реализацией инвестиционных проектов.
--------------------------	---

Содержание дисциплины	Курс состоит из двух частей, относящихся к математическому содержанию инвестиционного анализа в условиях определенности и соответственно при действии сопряженных с проектом факторов риска. Тематическое содержание первой части охватывает следующие основные разделы: понятие инвестиционного процесса и модели его денежных потоков; критерии оценки коммерческой эффективности и эффекта; показатели общеэкономической эффективности, методы выбора ставки сравнения; приемы анализа конкурирующих проектов и модели оптимизации инвестиционной программы; особенности количественного анализа проектов с участием заемного или иностранного капитала; модели обоснования финансовых решений по формам привлечения необходимого для инвестиций капитала. Материал второй части посвящен анализу инвестиционных проектов, сопряженных с риском, и применяемым для этого методам: приемы учета риска в ставке дисконтирования денежного потока или в его платежах, сценарный подход, анализ чувствительности, метод точки безубыточности по прибыли и по проекту. В качестве обобщения этих методов рассматриваются возможности имитационного моделирования как для ранжирования по силе воздействия на проект факторов риска, так и для сценарного анализа при увеличении числа рассматриваемых исходов будущей неопределенности. Особое внимание уделяется вопросам управления реализацией инвестиционного проекта в зависимости от исходов вероятностного риска: методу дерева инвестиционных решений и методу реальных опционов. В каждой части даются примеры применения излагаемых методов и моделей для решения прикладных задач, в том числе для определения параметров лизинговой сделки, анализа проектов поглощения и слияния компаний, оценивания бюджетной эффективности государственной финансовой поддержки реальных инвестиций, для ограничения инновационного риска и оценки эффективности инновационных проектов. Все темы курса снабжены задачами, как расчетного типа, так и ситуационными, требующими разрешения лежащей в основе сформулированной ситуации проблемы.
Формируемые компетенции	ОК-5; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-15; ОК-18; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-18; ПК-19; ПК-26; ПК-28; ПК-30; ПК-31; ПК-35; ПК-38; ПК-39; ПК-40; ПК-41; ПК-43; ПК-44; ПК-45; ПК-49
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной	1. Экономика фирмы 2. Математика 3. Методы принятия управленческих решений
Знания, умения и	В результате изучения дисциплины студент должен:

навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	знать основные понятия, формулы, методы и математические модели, используемые в инвестиционном менеджменте, как в детерминированной постановке, так и в стохастическом случае; уметь их применять для анализа и количественного обоснования инвестиционных решений и управления изменениями в ходе реализации рискованных инвестиционных проектов; владеть навыками системного приложения теоретических и методических положений инвестиционного анализа для содержательной постановки актуальных экономических проблем, их математического описания и алгоритмизации с целью аналитического и количественного обеспечения принимаемых инвестиционных решений.
Используемые инструментальные и программные средства	MS Excel
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.9 Управление проектами

Цель изучения дисциплины:	Выработать у студентов практические навыки принятия решений, связанных с управлением проектами на предприятии. Задача курса – усвоение процедур управления проектами и практических рекомендаций по технологическим вопросам управления
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Раздел 1. Основы управления проектами. 1.1. Содержание основных понятий курса. 1.2. Метод управления проектом. Организация управления проектом. Раздел. 2. Ключевые понятия управления проектами. 2.1. Менеджер проекта. 2.2 «Золотые правила» управления проектами. Раздел 3. Жизненный цикл управления проектом. 3.1. Планирование проекта. 3.2. Планирование этапа. 3.3. Контроль этапа. 3.4. Завершение этапа. 3.5. Завершение проекта. Раздел 4. Процедуры управления проектом. 4.1. Процедуры планирования. 4.2. Процедуры контроля. 4.3. Процедуры завершения проекта

Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-7; ОК-8; ОК-10; ОК-20; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-6; ПК-20
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Теория менеджмента, Методы принятия управленческих решений, Стратегический менеджмент, Маркетинг
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - роли, функции и задачи менеджера в современной организации; - основные навыки делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций - средства и методы управления проектом - сильные и слабые стороны, - как каждая из них поможет или ограничит в работе - определение УР -классификацию - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации - виды контроля и особенности каждого вида - понятие структуры разбиения работ - отличия между менеджером проекта и руководителем проекта - понятие конфликта и его виды, - способы разрешения конфликтов - определение рисков - причины их возникновения

	Уметь: - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; - организовывать переговорный процесс - использовать общие принципы выбора организационной структуры управления проектом - оценивать текущее состояние команды, рассматривая каждый элемент по очереди - определять степень риска от принятия УР - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию - осуществлять контроль выполнения проекта - применять на практике способы разрешения конфликтов и предусматривать их последствия - управлять рисками - проводить обзор рисков Владеть: - методами реализации основных управленческих функций - навыками применения на практике матрицы разделения административных задач - навыками построения и анализа матрицы эффективности руководства проектом - методами выбора правильного УР - современным инструментарием управления человеческими ресурсами; - навыками деловых коммуникаций - навыками проведения стратегического контроля - навыками выбора правильного стиля руководства -навыками проведения тренингов, препятствующих возникновению конфликтов - навыками использования дерева рисков - методами определения вероятности и последствий рисков
Формы проведения занятий	Интерактивные практические занятия, тематические дискуссии, презентации, обсуждение конкретных
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тесты, опросы, практические задания
Форма итогового контроля знаний:	Зачет, зачет с оценкой

Б3. Профессиональный цикл

Вариативная часть. Обязательные дисциплины

Б3.В.ОД.5 Профессиональный иностранный язык

Цель изучения дисциплины:	Основной целью изучения иностранного языка (английского) является формирование у бакалавров профессиональной коммуникативной компетенции, т.е. достижение свободного владения иностранным языком как средством профессионального общения. Практическое владение иностранным языком в рамках данного курса предполагает наличие таких умений в
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Содержание дисциплины помимо грамматических аспектов включает изучение разнообразных тематических аспектов, таких как: приветствие, знакомство, профессия, образование, путешествия, поездка в Великобританию. Карьера, управление персоналом, стратегии развития глобальной цивилизации.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-1; ОК-3; ОК-5; ОК-6; ОК-10; ОК-12; ОК-14; ПК-4; ПК-6; ПК-25; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Дисциплина «Иностранный язык» относится к разделу Б.1. – «Гуманитарно-социальный и экономический цикл». Она находится в логической и содержательно-методической связи с другими частями ООП бакалавриата, куда входят основные дисциплины данного цикла, а также с дисциплинами других циклов. Данный курс базируется на знаниях, полученных в школе (иностранный язык, русский язык, история и др.)

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: • Знать: теоретические основы грамматики изучаемого языка, общепрофессиональную и специальную лексику, устный темп для профессионального и делового общения; профессиональную терминологию и области профессионального общения; основные принципы эффективного взаимодействия с иностранными партнёрами в менеджменте; организовывать переговорный процесс, в т. ч. с использованием современных средств коммуникации, использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности • Уметь: читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка и на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности, реферировать и аннотировать литературу по специальности на изучаемом языке; • Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность, владеть устной монологической и
Формы проведения занятий	Интерактивные практические занятия, тематические дискуссии, презентации, обсуждение конкретных ситуаций
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тесты, опросы, диктанты, контрольные работы
Форма итогового	Зачет: 3,5,6 семестры, Экзамен в 4 и 7 семестре

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО ЯДРА УЧЕБНОГО ПЛАНА ПРОФИЛЯ «МАРКЕТИНГ»

Б3.В.ОД.6.1 Маркетинг в туристской индустрии

Цель изучения дисциплины:	• ознакомление студентов с теоретическими основами и инструментами маркетинга и овладеть методами их практического использования в туристской индустрии. • формирование маркетингового мировоззрения на основе знания особенностей рыночных отношений в туристской индустрии; • воспитание навыков культуры в предпринимательской деятельности
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Программа состоит из 4 основных блоков: 1. Роль маркетинга в туристской индустрии. 2. Исследование туристской индустрии. 3. Инструментальные маркетинговые стратегии применяемые в туристской индустрии. 4. Экономика и планирование маркетинговой деятельности на предприятиях туристской индустрии.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ОК-12; ПК-5; ПК-8; ПК-10; ПК-29; ПК-48
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, приобретенных студентами при изучении макро- и микроэкономики, поскольку усвоение методологии маркетинга требует знаний теории экономики. Учитывая то, что маркетинг является функцией менеджмента, знание основ менеджмента является обязательным для изучения дисциплины. Будущему маркетологу в сфере туризма при исследовании рынков необходимы знания по мировой экономике и социально-экономической статистике.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций ; - организовывать маркетинговый процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; - практически применять основные современного принципы и подходы в маркетинговой деятельности организации туристской индустрии. Владеть: - навыками рыночных коммуникаций, обеспечивающими успешность взаимодействия со своими партнерами и потребителями; навыками владения инструментами маркетинга; навыками эффективного планирования маркетинговой деятельности в туристской индустрии.

Формы проведения занятий	Деловые и ролевые игры; исследовательский метод; методы, основанные на изучении практики (case studies); проектно-организованные технологии обучения работе в команде над комплексным решением практических задач, а также использование компьютерной техники, активные методы проведения занятий, как лекций, так и семинаров.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы
Формы промежуточного контроля:	подготовка докладов, сообщений, выступлений; подготовка отчетов, групповых и индивидуальных проектов;
Форма итогового	Зачет с оценкой, курсовой проект

Б3.В.ОД.6.2 Маркетинг туристских дестинаций

Цель изучения дисциплины:	Заключаются в формировании у будущих специалистов теоретических знаний в области маркетинга туристских дестинаций, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере индустрии туризма, управления и применение маркетинга туристских дестинаций на практике с целью повышения эффективности управления территориями. А так же в формирование маркетингового мировоззрения на основе знания особенностей рыночных отношений;
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Модуль 1 Социально-экономическая сущность маркетинга туристских дестинаций Модуль 2 Инструментальные стратегии маркетинга туристских дестинаций Модуль 3 Экономика и планирование маркетинговой деятельности на территории
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ОК-13; ПК-8; ПК-24; ПК-29; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Экономическая теория, Деловые коммуникации, Маркетинговые исследования, Международный маркетинг, Маркетинг.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	знать основные понятия и определения маркетинга туристских дестинаций; - знать общие основы управления территорией с позиции маркетинга туристских дестинаций; - формулировать и корректировать цели, задачи, видение, соответствующие специфике внешней и внутренней среды туристских дестинаций; - координировать усилия всех субъектов маркетинга туристских дестинаций; - выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию инструментов комплекса маркетинга туристских дестинаций; - иметь представление о мотивах выбора территории, критериях предпочтения территории для разных групп потребителей; - разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования туристских дестинаций; - выявлять и развивать конкурентные преимущества туристских дестинаций; - получение навыков в области формирования и выбора деловых и функциональных стратегий развития туристских дестинаций. Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию туристских дестинаций; - составлять анкеты и проводить маркетинговые исследования; - разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов маркетинга туристских дестинаций; - использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга туристских дестинаций. Владеть: - приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере маркетинга туристских дестинаций; - основными стратегиями маркетинга туристских дестинаций; - основными методами формирования конкурентных преимуществ туристских дестинаций.
Формы проведения	проблемная лекция, лекция – пресс-конференция, лекция-дискуссия; интерактивные формы проведения
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования.

Формы промежуточног о контроля:	Опрос эссе, подготовка докладов, сообщений, выступлений, подготовка отчетов, групповых и индивидуальных проектов, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.
Форма итогово	Курсовой проект, Экзамен

Б3.В.ОД.6.3 Интернет-маркетинг

Цель изучения дисциплины:	Цель изучения дисциплины «Интернет-маркетинг»: • обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками в области Интернет-маркетинга; • получение студентом комплексных навыков маркетинговой деятельности в Интернете.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	1. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности. 2. Интернет-сайт как инструмент маркетинга. 3. Поисковая оптимизация. 4. E-mail-маркетинг. 5. Интернет-реклама. 6. Продвижение в блогосфере. 7. Продвижение с помощью социальных сетей. 8. Другие инструменты интернет-маркетинга. 9. Оценка эффективности интернет-маркетинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-6; ОК-16; ПК-7; ПК-10
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изучение дисциплины «Интернет-маркетинг» осуществляется на базе следующих дисциплин: «Психология», «Культура речи и ораторское искусство»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<u>а) знать:</u> • культуру мышления; • грамматику и лексику русского языка; • сущность и значение информации в современном информационном обществе; • виды коммуникаций; • виды маркетинговых стратегий; • мероприятия по реализации маркетинговой стратегии; • основы и методы продвижения в сети интернет; • принципы анализа маркетинговой деятельности в сети интернет;; <u>б) уметь:</u> • воспринимать, анализировать и обобщать информацию; • ставить цели и выбирать пути их достижения; • аргументировать свое решение; • логически верно строить речь; • понимать сущность и значение информации в современном информационном обществе; • анализировать, проектировать и использовать различные виды коммуникаций в процессе работы с интернет-аудиторией; • принимать участие в разработке маркетинговой стратегии; • планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии; • планировать и осуществлять маркетинговую деятельность в интернете; • анализировать маркетинговые мероприятия в сети интернет; <u>в) владеть:</u> • навыками восприятия, анализа и обобщения информация; • навыками постановки целей и выявления путей их достижения; • навыками аргументации решений; • навыками построения логически верных и аргументированных положений и выводов; • навыками понимания значения информации в современном информационном обществе; • навыками анализа и проектирования коммуникаций; • навыками участия в разработке маркетинговой стратегии; • навыками планирования и осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии; • навыками планирования и осуществления маркетинговых работ в сети интернет; • навыками анализа интернет-маркетинга.
--	--

Формы проведения занятий	При изучении дисциплины «Интернет-маркетинг» применяются такие новые технологии обучения как деловые и ролевые игры; исследовательский метод; методы, основанные на изучении практики (case studies); проектно-организованные технологии обучения работе в команде над комплексным решением практических задач, а также использование компьютерной техники. В процессе преподавания дисциплины применяются активные методы проведения занятий, как лекций, так и семинаров.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования.
Формы промежуточного контроля:	подготовка докладов, сообщений, выступлений, подготовка отчетов, групповых и индивидуальных проектов, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.
Форма итогового	Экзамен

Б3.В.ОД.6.4 Практикум: Формирование бренда и фирменного стиля туристского предприятия

Цель изучения дисциплины:	Освоение студентами теоретических и практических основ брендинга; овладение навыками анализа брендинга как процесса создания бренда. - усвоить основные понятия в области базисных знаний о сущности брендинга, его структуре и значении; - получить базовые представления о целях и задачах брендинга, роли брендинга в экономике;
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Структура и разновидности бренда. Содержание и атрибуты бренда. Возникновение брендинга. Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар» и «маркетинг». Бренд как маркетинговое понятие. Типологии брендов. Мыслительное поле бренда: функциональное, социальное, духовное и ментальное измерения. Индивидуальность бренда. Обеспечение безопасности бренда. Понятие брендинга и основные этапы разработки бренда. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда. Две культуры брендинга: западная и восточная. Схемы работ по формированию бренда. Архитектура бренда. Философия бренда. Разработка идентичности бренда (имиджа, позиции, внешней перспективы...). Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ». Разработка атрибутов бренда. Формальные и содержательные требования к имени бренда. Способы

	образования и этапы создания имени бренда. Процесс управления брендами Капитал бренда. Методики мониторинга капитала бренда. Стоимость бренда. Способы и методы оценки стоимости бренда. Процесс управления брендом. Модели управления брендом.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-9; ОК-19; ПК-29; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изложение дисциплины базируется в основном на курсах «Маркетинг», «Маркетинг в туристской индустрии», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Реклама в комплексе маркетинговыми коммуникациями», «Психология».
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: роль и место бренд-менеджмента в корпоративном управлении; основные модели и принципы создания бренда; методы позиционирования брендов; маркетинговый инструментарий формирования имиджа бренда; принципы организации интернет-брендинга; основные аспекты управления портфелем брендов; способы оценки марочного капитала; правовые аспекты брендинга. Уметь: формировать потребность потребителя в бренде; грамотно разрабатывать бренд-план; определять конкурентные позиции бренда на рынке. Владеть: методикой оценки конкурентных позиций брендов на рынке; инструментарием повышения лояльности к брендам; навыками организации маркетинговых исследований в области брендинга.
Формы проведения занятий	Тренинги, кейсы (анализ корпоративных ситуаций), групповые дискуссии, имитационное моделирование, Практические занятия, лекции, тематические дискуссии, презентации, обсуждение конкретных ситуаций.
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, практические задания, дискуссии
Форма итогового	Зачет

Б3.В.ОД.6.5 Маркетинговые исследования

Цель изучения дисциплины:	Целью курса: является изучение студентами сущности, роли, основных направлений маркетинговых исследований, различных методов сбора и обработки информации, а также формирование навыков по проведению конкретных исследований. Задачи курса: 1. Сформировать устойчивые знания о методиках маркетинговых исследований. 2. Сформировать умения по проведению маркетинговых исследований на Российском и международном рынках. (прежде всего туристском). 3. Сформировать навыки организации анализа результатов маркетинговых исследований.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	В данном курсе основное внимание уделяется методологии и методике проведения маркетинговых исследований. Исходной посылкой построения содержания курса является то, что маркетинговые исследования – определенная сфера маркетинговой деятельности, призванная обеспечить принятие эффективного управленческого решения в области маркетинга и способная успешно решить многие проблемы предприятия. Подробно рассматриваются вопросы изучения маркетинговой среды предприятия, формирования маркетинговой информационной системы, реализации процесса маркетингового исследования. Отдельно изучается процесс построения выборки. Подробно излагаются некоторые прикладные аспекты (направления) проведения маркетинговых исследований – сегментация рынка оценка эффективности рекламы, определение емкости рынка. Основные разделы дисциплины: • Понятие, сущность и значение маркетинговых исследований; • Правовые основы проведения маркетинговых исследований; • Процесс маркетингового исследования; • Кабинетное и полевое маркетинговые исследования; • Экспертные оценки; • Исследование рынков; • Изучение потребителей; • Изучение товаров; • Изучение цен; • Исследование эффективности коммуникационной политики; • Исследование деятельности конкурентов.

Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-13; ОК-15; ПК-8; ПК-29; ПК-36; ПК-42
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Курс «Маркетинговые исследования» является логическим продолжением дисциплины «Маркетинг», «Маркетинг в туристской индустрии», связан с такими учебными предметами, как «Статистика», «Коммерческая деятельность». Учитывая то, что маркетинг является функцией менеджмента, знание основ менеджмента является обязательным для изучения дисциплины.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	знать: • структуру маркетинговых исследований; • понятие, функции, цели и задачи маркетинговых исследований на современном рынке; • особенности маркетинговых исследований, их структуру и форму; • основные этапы маркетинговых исследований и особенности их организации; • информационные системы проектирования и проведения маркетинговых исследований; • особенности организации мероприятий по исследованию рынков; • основы законодательства о маркетинге; • особенности маркетинговых исследований дестинаций, туроператорских компаний, туристских агентств, гостиничных и ресторанных предприятий. уметь: • проводить планирование и организацию маркетинговых исследований, разработку ее бюджета, оценку эффективности; • оценивать средства проведения маркетинговых исследований. получить навыки: • разработки маркетинговых исследований, • планирования маркетинговых исследований
Формы проведения занятий	такие интерактивные формы проведения лекций, как проблемная лекция, лекция – пресс-конференция, лекция-дискуссия; интерактивные формы проведения семинарских занятий – тренинг, деловая игра, диспут.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы
Формы промежуточног	опрос, заслушивание и обсуждение докладов и рефератов; выступления с презентацией, тестирование.
Форма итоговог	Курсовой проект, Экзамен

Б3.В.ОД.6.6 Информационные технологии

Цель изучения дисциплины:	формирование мировоззрения, позволяющего профессионально ориентироваться в быстро меняющейся информационной сфере; приобретение умения использовать информационные технологии для получения, обработки и передачи информации в области экономики; умение реализовывать простейшие экономические модели стандартными офисными средствами.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ПК-20; ПК-21; ПК-33; ПК-34; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	Лекционные и практические занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	

Формы промежуточног	
Форма ИТОГОВОГ	Зачет

Б3.В.ОД.6.7 Правовое регулирование в маркетинговой деятельности

Цель изучения дисциплины:	Дать системные знания в области правового обеспечения и регулирования маркетинговой деятельности; сформировать умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Понятие права. Право и экономика. Сферы применения права в маркетинговой деятельности. Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга. Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга. Взаимодействие права и маркетинга: определение правового статуса субъекта маркетинговой деятельности, его прав и обязанностей; взаимоотношение субъекта с другими участниками рыночной сферы (в т. ч. с государством); установление внутрифирменного порядка управления, планирования, организации, получения информации, применении комплекса маркетинга. Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства. Цели Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция. Понятие монополистической деятельности. Признаки доминирования. Формы недобросовестной конкуренции. Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию. Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита патентных прав. Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги). Законодательство, определяющее правовой статус товара. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Закон РФ «О стандартизации»: основные понятия. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знак соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарного знака. Субъекты товарного знака.

	Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака. Договор об уступке товарного знака. Лицензионный договор. Договор франшизы. Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. Использование наименования места происхождения товара. Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара. Законодательство о рекламной деятельности. Цели и сфера применения. Федерального закона «О рекламе». Определение рекламы. Реклама как объект авторского права и смежных прав. Ненадлежащая реклама: понятие, виды. Общие и специальные требования к рекламе. Распространение рекламы: время, место, способы и форма. Особенности рекламы отдельных товаров. Реклама для несовершеннолетних. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Социальная реклама. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей. Контроль в области рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Правила размещения средств наружной рекламы и информации. Международные правила в области рекламы.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-9; ПК-28; ПК-50
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Маркетинг, Маркетинг в туристской индустрии, Предпринимательское право, Маркетинговые коммуникации, Правоведение.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: теоретические основы применения норм права для регулирования маркетинговых правоотношений; принципы принятия и реализации правовых и управленческих решений. Уметь: выявлять проблемы правовой неурегулированности, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать нормативно-правовую информацию по вопросам профессиональной деятельности; применять правовые знания в практических ситуациях. Владеть: специальной правовой терминологией; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, навыками самостоятельного образования и повышения квалификации.
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа

Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма ИТОВОГО	Зачет

Б3.В.ОД.6.8 Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций

Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины - формирование знаний о рынке рекламы, способах взаимодействия и управления его субъектами, а так же вооружить студентов пониманием теоретических положений и основных принципов управления рекламой вместе с навыками и умениями эффективного принятия рекламных решений в процессе профессиональной деятельности обучающихся.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Дисциплина посвящена проблемам создания эффективных рекламных технологий. Особое внимание уделено вопросам организации рекламных коммуникаций в индустрии туризма. Рассмотрено место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций, принципы организации рекламного бизнеса, даны рекомендации по разработке рекламных стратегий, изложены основы медиапланирования. Изучение дисциплины поможет выпускнику умело руководить процессом медиапланирования, успешно проводить квалифицированные исследования рыночного окружения компании, разобраться в основных показателях планирования, освоить его тактические и стратегические приемы. В рамках дисциплины подробно, с примерами и рекомендациями, рассматриваются все тонкости составления медиаплана и проведения различных рекламных кампаний, рассмотрены все аспекты науки и искусства медиапланирования, обобщены зарубежный и современный опыт современного медиапланирования. Рассмотрен весь необходимый инструментарий для медиапланирования: анализ рыночной ситуации, правила составления брифа, технологии выбора рекламных носителей и многое другое. Особое внимание уделено специфике медиапланирования в различных средствах массовой информации (прессе, телевидении, радио, интернет, а также в транзитной рекламе). Программа состоит из 7 основных блоков: Основы рекламы. Современный рекламный рынок, особенности развития, структура. Реклама, как элемент психологического воздействия. Концепция Уникального Торгового Предложения. Особенности основных средств распространения рекламы. Понятие комплексного медиаплана и основные принципы его составления.

	Планирование рекламной работы на предприятии.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ОК-6; ОК-19; ПК-7; ПК-10; ПК-25
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изложение дисциплины базируется в основном на курсах «Маркетинг», «Маркетинг в туристской индустрии», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: место и роль рекламы в коммуникационном комплексе; историю развития рекламы в мире и в России; основные функции, задачи, формы, виды, типы, рекламной кампании; классификацию рекламных кампаний ; модель рекламной коммуникации; достоинства и недостатки основных средств распространения рекламной информации; основы медиапланирования; сущность моделей рекламных коммуникаций, технологий тестирования рекламы и методики оценки ее эффективности.; тенденции развития российской и международной рекламной индустрии; особенности развития и организации эффективного взаимодействия различных субъектов рекламного рынка: рекламодателей, рекламных и коммуникационных агентств, СМИ, исследовательских компаний, потребителей товаров и услуг, органов регулирования и саморегулирования рекламы и др.; основные направления рекламной деятельности и особенности их выбора; возможности различных медиа для продвижения товаров и услуг, особенности их эффективного использования; особенности разработки и организации эффективной рекламной кампании и особенности медиапланирования в прессе, на радио, на телевидении, в интернет, в городской среде. Уметь: анализировать принципиальные вопросы, связанные с социально-психологическими аспектами рекламной деятельности; применять действующее законодательство в области рекламы в профессиональной деятельности; разрабатывать комплекс коммуникаций, коммуникационной политики; применять основные коммуникационные инструменты при составлении коммуникативного плана конкретного предприятия; составлять эффективные рекламные сообщения для определенного типа товаров; разрабатывать эффективную модель рекламной коммуникации; выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; разрабатывать планы рекламных кампаний; определять направления совершенствования рекламной деятельности предприятий и организации; разрабатывать и продвигать корпоративные и товарные марки: используя современные концепции и технологии. Владеть: навыками разработки, принятия и реализации управленческих решений; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации; теоретико-методологическими основами, формами и технологиями производства и управления рекламой и рекламной кампанией.; основными принципами работы со СМИ и программным обеспечением в области медиапланирования; аналитическими методами для оценки эффективности рекламной деятельности; умениями и навыками организации рекламной деятельности на предприятиях и организациях различных отраслей и сфер деятельности: техникой создания содержания, формы и
--	---

Формы проведения занятий	Такие интерактивные формы проведения лекций, как проблемная лекция, лекция – пресс-конференция, лекция-дискуссия; интерактивные формы проведения семинарских занятий – тренинг, деловая игра, диспут.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы
Формы промежуточного контроля:	Опрос, заслушивание и обсуждение докладов и рефератов; выступления с презентацией, тестирование.
Форма итого	Курсовая работа, Экзамен

Дисциплины по выбору

Б3.В.ДВ.1 Основы туризма

Цель изучения дисциплины:	ознакомление студентов с фундаментальными основами туризма, формирование у будущих специалистов целостной системы знаний о туризме.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	• Значение туризма в жизни общества. • Организационные основы туризма. • Международный туристский рынок. • Туризм в России.
Компетенции, формируемые в результате	ОК-3 ОК-5 ОК-9 ОК-12 ПК-20
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Отсутствуют, т.к. изучают на первом курсе

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<u>а) знать:</u> • закономерности функционирования туристского рынка; • место туризма в системе мировых хозяйственных связей; • современное состояние туризма в России и мире; • грамматику и лексику русского языка; • основные нормативно-правовые документы в области туристской деятельности; • правила этики и этикета в отношениях с человеком, обществом и окружающей средой; • теоретические основы проектирования туристских программ и программ обслуживания туристов; • роль инфраструктуры, материальной базы и ресурсов гостеприимства в процессе проектирования туристского продукта; <u>б) уметь:</u> • анализировать условия и факторы, влияющие на развитие туризма; • использовать полученные знания по туризму в профессиональной деятельности, а также применять их в практических ситуациях повседневной жизни; • воспринимать, анализировать и обобщать информацию; • ставить цели и выбирать пути их достижения; • аргументировать свое решение; • пользоваться основными нормативно-правовыми документами в области туристской деятельности; • соблюдать нормы этики и этикета в отношениях с человеком, обществом и окружающей средой; • планировать и осуществлять контроль над проектированием туристского продукта и программ обслуживания туристов; <u>в) владеть:</u> • навыками целостного подхода к анализу проблем сферы туризма; • способностью принимать обоснованные решения в конкретных ситуациях в профессиональной деятельности; • навыками восприятия, анализа и обобщения информация; • навыками постановки целей и выявления путей их достижения; • навыками аргументации решений; • навыками использования основных положений нормативно-правовых документов в области туристской деятельности; • навыками соблюдения этики и этикета в отношениях с человеком, обществом, окружающей средой; • навыками соблюдения прав и интересов собеседника; • навыками проектирования туристского программ и
--	---

Формы проведения занятий	Семинарские занятия, лекции, презентации, обсуждение конкретных ситуаций
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, практические задания, дискуссии
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен

Б3.В.ДВ.1 Туристская индустрия

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-3; ОК-5; ОК-9; ОК-12; ПК-20
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итогового	Экзамен

Б3.В.ДВ.2 Предпринимательское право

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итогового	Экзамен

Б3.В.ДВ.2 Правовое регулирование в туризме

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итоговог	Экзамен

Б3.В.ДВ.3 Выставки и ярмарки в туристском маркетинге

Цель изучения дисциплины:	сформировать у студента систему знаний в сфере выставочной и ярмарочной работы.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	• Выставочный маркетинг. • Организационные процессы выставочно-ярмарочной деятельности. • Международное сотрудничество в выставочной деятельности. • Управление выставочной деятельностью в России.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5 ОК-7 ОК-9 ПК-42 ПК-50

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Маркетинг в туристской индустрии Маркетинг
--	---

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<u>а) знать:</u> • грамматику и лексику русского языка; • социально-психологические особенности работы в коллективе; • возможности для обучения и развития в коллективе; • основы работы с компьютером; • основные нормативно-правовые документы в области выставочно-ярмарочной деятельности; • существующие рыночные и специфические риски в области выставочно-ярмарочной деятельности; • основы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности. <u>б) уметь:</u> • воспринимать, анализировать и обобщать информацию; • ставить цели и выбирать пути их достижения; • аргументировать свое решение; • работать в команде профессионалов; • уравнивать собственные профессиональные цели и командные; • оказывать помощь коллегам; • пользоваться основными нормативно-правовыми документами в области выставочно-ярмарочной деятельности; • проводить анализ рыночных и специфических рисков в области выставочно-ярмарочной деятельности; • делать отчеты по результатам проведенных исследований; • оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности. <u>в) владеть:</u> • навыками восприятия, анализа и обобщения информация; • навыками постановки целей и выявления путей их достижения; • навыками аргументации решений; • знаниями для обеспечения своей конкурентоспособности; • навыками принимать ответственность за собственное развитие; • навыками корректировки своих действий на основе обратной связи; • навыками использования основных положений нормативно-правовых документов в области выставочно-ярмарочной деятельности; • навыками мониторинга в области выставочно-ярмарочной деятельности; • навыками ведения отчетности в области выставочно-ярмарочной деятельности; • навыками оценки и прогнозирования экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.
--	--

Формы проведения занятий	Семинарские занятия, лекции, презентации, обсуждение конкретных ситуаций
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, практические задания, дискуссии
Форма итогового контроля знаний:	Зачет

Б3.В.ДВ.3 Технология и организация продвижения туристских услуг

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ОК-7; ОК-9; ПК-42; ПК-50
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итоговог	Зачет

Б3.В.ДВ.4 Коммерческая деятельность в маркетинге

Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины: • дать студентам знания по основам теории коммерческой деятельности, • обучить процессам договорной и торговой деятельности, • научить методам планирования и организации снабжения и сбыта, • осветить нормативно-правовые проблемы коммерции, • привить навыки использования методов оценки и обеспечения экономической эффективности коммерческой деятельности
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Программа состоит из основных блоков: «Основы коммерции, сущность и содержание коммерческой деятельности», «Организация договорной работы», «Организация продажи товаров», «Ассортиментная и ценовая политика в коммерческой деятельности». Дисциплина посвящена проблемам создания эффективных цепочек ценности в сфере услуг, а также форм организации коммерческой деятельности с учетом мировых тенденций. Особое внимание уделено вопросам организационно-правовых форм коммерческого бизнеса, договорной политике в коммерческой деятельности, коммерческой работе по продаже продуктов и услуг. Предмет курса включает в себя изучение содержания коммерческих и торговых операциях и путей повышения их эффективности. В рамках учебной дисциплины уделяется особое внимание экономической эффективности

	коммерческой деятельности и направления ее повышения и организационно и нормативно-правовому обеспечению товарообменных процессов. А так же формированию навыков анализа коммерческой информации для решения организационных работ, навыками организации коммерческих бизнес-процессов в маркетинге, навыками разработки организационно-экономических бизнес- процессов для повышения эффективности коммерческой деятельности.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-6; ОК-7; ОК-11; ПК-2; ПК-6; ПК-8; ПК-19; ПК-48; ПК-49
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Маркетинг, Теория менеджмента

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: • основы теории коммерческой деятельности, базовые понятия как исходную основу для логически верной аргументации как в устной так и в письменной форме • методы планирования и организации коллективной и индивидуальной работы • знать теоретические основы коммерческой деятельности для оценки и принятия организационно-управленческих решений • базовые понятия как исходную основу для управления коммерческими бизнес-процессами и их оптимизации • методы оценки и обеспечения экономической эффективности коммерческой деятельности, а так же нормативно-правовые проблемы коммерции • узловые решения коммерческих проблем в условиях конкуренции при соблюдении мировых правил делового общения, а также морально-нравственных и социально-этических норм и стандартов Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - организовывать коммерческую деятельность в маркетинговом процессе - практически применять основные современного принципы и подходы в в коммерческой деятельности организации. Владеть: • навыками заключения и исполнения договоров в коммерции; • изменять и расторгать договоры и контракты; • осуществлять коммерческую работу по продаже товаров; • использовать организационно-экономические методы для повышения эффективности
Формы проведения занятий	Интерактивные формы, деловая игра, проблемная лекция, лекция – пресс-конференция, лекция-дискуссия; интерактивные формы проведения семинарских занятий – тренинг, деловая игра, диспут
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	подготовка докладов, сообщений, выступлений, эссе, подготовка отчетов, групповых и индивидуальных проектов, промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.
Форма итогового контроля знаний:	Зачет

Б3.В.ДВ.4 Технологии продаж

Цель изучения дисциплины:	формирование целостного представления о технологии продаж услуг индустрии туризма, о потребителях и реализаторах туристских услуг, о мотивациях потребителей при выборе путешествия, об особенностях продаж турпродуктов и туруслуг
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	• Туристская услуга. Рынок туристских услуг • Реализаторы туристских услуг • Взаимодействие реализаторов туристских услуг с производителями туристских услуг и туристских продуктов • Потребители туристских услуг. Мотивации при выборе туристских путешествий • Специфика и этапы продажи туристских услуг и турпродуктов • Технология продажи турпродукта и туруслуг • Организация постпродажного обслуживания
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-6 ОК-7 ОК-11 ПК-2 ПК-6 ПК-8 ПК-19 ПК-48 ПК-49
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Культура речи и ораторское искусство Правоведение Психология Основы туризма

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<u>а) знать:</u> • грамматику и лексику русского языка • социально-психологические особенности работы в коллективе • возможности для обучения и развития в коллективе • основы работы с компьютером • основные понятия в области психологии • основные понятия структуры организаций • типы конфликтов • причины конфликтов • типологию организационно-управленческих решений • метод творческого поиска решений • методологию процесса принятия решения • существующие на туристском рынке виды туризма • специфику обслуживания туристов по различным видам туризма • теоретические основы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) <u>б) уметь:</u> • воспринимать, анализировать и обобщать информацию • ставить цели и выбирать пути их достижения • аргументировать свое решение • работать в команде профессионалов • уравнивать собственные профессиональные цели и командные • оказывать помощь коллегам • пользоваться основными навыками рефлексии и самооценки • проектировать штатное расписание турагентства • понимать полномочий и ответственности • диагностировать причины конфликтов • оценивать условия принятия решений • принимать управленческие решения, связанные с составлением программ обслуживания туристов • ориентироваться в движениях туристского рынка • анализировать существующие на туристском рынке туристское предложение • разрабатывать предложения по совершенствованию технологии продаж • учитывать положения бизнес-плана создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) <u>в) владеть:</u> • навыками восприятия, анализа и обобщения информация • навыками говорения и слушания • навыками построения письменной речи • знаниями для обеспечения своей конкурентоспособности • навыками принимать ответственность за собственное развитие • навыками корректировки своих действий на основе обратной
Формы проведения занятий	Семинарские занятия, лекции, презентации, обсуждение конкретных ситуаций

Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, практические задания, дискуссии
Форма итогового контроля знаний:	Зачет

Б3.В.ДВ.5 Международный маркетинг

Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины: • сформировать представление об особенностях деятельности на международных рынках, комплексе международного маркетинга, экспортной политике предприятия, методах обоснования и выбора способов выхода на внешние рынки, • привить навыки принятия маркетинговых решений с использованием современных информационных технологий • воспитать навыки культуры в предпринимательской
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Основной целью курса является усвоение студентами специальности основополагающего набора теоретических знаний и умений в области маркетинговых и рекламных технологий на международных рынках для обеспечения взаимодействия служб предприятий различных организационно-правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке с учетом требований потребителя, внутренних возможностей предприятия, отраслевой специфики, технологии, организации производства, эффективного природопользования. Программа состоит из 5 основных блоков: 1. Сущность международного маркетинга. Основные этапы интернационализации фирмы. 2. Изучение внешней среды международного маркетинга 3. Конкурентоспособность фирмы на внутреннем и внешнем рынках 4. Изучение международных рынков 5. Маркетинговый комплекс на международном рынке. Дисциплина посвящена проблемам создания эффективных маркетинговых и рекламных международных технологий. Особое внимание уделено вопросам организации маркетинговой и коммуникационной деятельности в международном бизнесе. Рассмотрено место маркетинга на мировом рынке, маркетинговые принципы и функции, основные маркетинговые инструменты, организации товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политиках в международном бизнесе. Даны рекомендации

	по разработке маркетинговых стратегий на глобальных рынках. Изучение дисциплины поможет выпускнику умело руководить процессом организации маркетинга, успешно проводить квалифицированные исследования рыночного окружения компании, разобраться в основных показателях планирования, освоить его тактические и стратегические приемы на международных рынках. В рамках дисциплины подробно, с примерами и рекомендациями, рассматриваются все тонкости составления основных инструментов и проведения различных рекламных кампаний, рассмотрены все аспекты науки и искусства медиапланирования, обобщены зарубежный и современный опыт современного маркетинга. Рассмотрен весь необходимый маркетинговый инструментарий для: анализа рыночной ситуации на международных рынках, технологии выбора рекламных носителей и многое другое. Особое внимание уделено специфике маркетинговых работ на международных рынках.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОК-12; ОК-13; ПК-10; ПК-24; ПК-26; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, приобретенных студентами при изучении макро- и микроэкономики, поскольку усвоение методологии маркетинга требует знаний теории экономики. Учитывая то, что маркетинг, в частности маркетинговая деятельность на международных рынках, является функцией менеджмента, знание основ менеджмента является обязательным для изучения дисциплины. Будущему менеджеру при исследовании рынков необходимы знания по мировой экономике и социально-экономической статистике. Разработка комплекса маркетинга на международных рынках базируется также на основных понятиях курса «Маркетинг».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: этапы интернационализации и роль деятельности фирмы на зарубежных рынках для развития и управления ее конкурентными позициями; принципы развития и закономерности функционирования организации на международных рынках; виды управленческих решений при организации международного бизнеса и методы их принятия; содержание маркетинговой концепции управления организации на внутреннем и внешнем рынках; основы маркетинговых коммуникаций на международных рынках; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации на внутренних и внешних рынках; принципы, методы и инструменты управления деятельностью организации на международном рынке; основные способы выхода на внешние рынки и методы их обоснования. Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию на внутреннем и внешнем рынках; выявлять мотивы и ограничения выхода на внешние рынки; выбирать формы организации исследований международных рынков; разрабатывать и обосновывать маркетинговые стратегии и инструменты, соответствующие требованиям зарубежных рынков; ставить и решать задачи операционного маркетинга при организации международного бизнеса; анализировать коммуникационные процессы в организации при выходе на внешний рынок и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; организовывать переговорный процесс при взаимодействии с иностранными партнерами, в том числе с использованием современных средств коммуникации. Владеть: методами реализации основных управленческих функций при организации международного бизнеса; методами разработки и реализации маркетинговых программ на международных рынках; методами формулирования и реализации стратегий на международных рынках в условиях глобализации; методами формирования и поддержания этичного климата в организации, в частности
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итогового	Экзамен

Б3.В.ДВ.5 Памятники мирового культурного наследия

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-12; ОК-13; ПК-10; ПК-24; ПК-26; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итоговог	Экзамен

Б3.В.ДВ.7 Связи с общественностью

Цель изучения дисциплины:	Цели освоения дисциплины: познакомить студентов с основами публичных отношений в системе маркетинговых коммуникаций, которые дают целостное представление о public relations как о науке и профессиональной деятельности; сформировать у них представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования данной сферы.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Понятие и сущность связей с общественностью. PR-деятельность в регулировании социально-экономических отношений. Составные части PR и другие, близкие виды деятельности: реклама, PR, пропаганда, лоббирование. Акции и специальные события. Управление информацией и СМИ. Планирование работы со СМИ. Средства коммуникации: неконтролируемые и контролируемые Формы подачи информационных материалов. Основные принципы подготовки пресс-релизов и других новостных материалов. Организация взаимодействия со СМИ. Подготовка и проведение пресс-конференции. Другие мероприятия с участием журналистов: пресс-тур, презентация. Составляющие внутрикорпоративного PR компании. Сущность, цели и задачи внутрикорпоративного PR. Функции внутрикорпоративного PR Составляющие этапы процесса управления. Основные направления работы специалистов по PR. Организационные формы управления PR. PR в отношениях с государством. Антикризисное управление
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-6; ОК-13; ОК-19; ПК-6; ПК-7
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изложение дисциплины базируется в основном на курсах «Маркетинг» и «Маркетинг в отраслях туризма», «Маркетинговые коммуникации», «Интернет-маркетинг»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: правовые и этические вопросы деятельности компании в сфере связей с общественностью; концептуальную модель PR и ее составляющие; цели, методы и возможности PR; функции, виды и инструменты PR; организацию связей со СМИ; кросс-культурный аспект связей с общественностью; основные виды исследований в PR; специфику PR в Интернете; особенности антикризисного PR; типы коммуникационных и PR-агентств; специфику влияния организационной культуры на внутрикорпоративные связи с общественностью; механизмы влияния и психологические характеристики целевой аудитории связей с общественностью. Уметь: определять место PR в системе маркетинговых коммуникаций компании; организовать процесс управления PR-деятельностью компании; организовать и провести исследование для разработки PR-стратегии (PR-концепции, PR-кампании); разработать план PR для компании; создать PR-материалы, включая материалы для прессы; оценить эффективность проведенной PR-кампании. Владеть: эффективными механизмами воздействия на целевую аудиторию; инструментами разработки и создания PR-материалов; навыками написания текстов для PR-материалов; методами оценки эффективности PR-материалов, методами оценки эффективности PR-деятельности компании; методами антикризисных PR; технологиями управления конфликтами в процессе связей
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, практические задания, защита презентаций, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма ИТОГОВОГ	Зачет

Б3.В.ДВ.7 Технологии и организация деловых мероприятий (MICE)

Цель изучения дисциплины:	развить у будущих специалистов сферы туризма умения организовывать мероприятия, представляющие интерес для участников и отражающие интересы своего учреждения. Посредством применения практических навыков, полученных в результате изучения курса расширить общекультурные и профессиональные компетенции студентов с целью их использования в будущей профессиональной деятельности.
---------------------------	--

Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	• Деловые мероприятия: основные понятия, классификация. • Технология организации и проведения совещаний. • Технология организации и проведения переговоров с партнерами. • Технология организации и проведения презентаций. • Технология организации и проведения конференций. • Выставочные технологии. • Технология организации и проведения инсентив-мероприятий. • Технология организации и проведения корпоративных мероприятий. • Технология организации и проведения деловых приемов.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5 ОК-6 ОК-13 ОК-19 ПК-6 ПК-7
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Основы гостеприимства Культура речи и ораторское искусство

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<u>а) знать:</u> • культуру мышления • грамматику и лексику русского языка • методы анализа социально-значимых проблем и процессов • нормы и способы делового общения: публичные выступления, переговоры, • проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации, • основы планирования операционной (производственной) деятельности организации, • способы разрешения конфликтных ситуаций, • методы анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций <u>б) уметь:</u> • воспринимать, анализировать и обобщать информацию, • ставить цели и выбирать пути их достижения, • аргументировать свое решение, • логически верно строить речь, • анализировать социально-значимых проблем и процессов, • уметь осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, • проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации, • планировать собственную работу и производственную деятельность организации, • разрешать конфликтные ситуации, • анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации, <u>в) владеть:</u> • навыками восприятия, анализа и обобщения информация, • навыками постановки целей и выявления путей их достижения, • навыками аргументации решений, • навыками построения логически верных и аргументированных положений и выводов, • навыками анализа социально-значимых проблем и процессов, • навыками осуществления делового общения: публичные выступления, переговоры, • проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации, • навыками планирования собственной работы и производственной деятельности организации, • навыками разрешения конфликтных ситуаций, • навыками анализа и проектирования
--	--

Формы проведения занятий	Семинарские занятия, лекции, презентации, обсуждение конкретных ситуаций
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточного контроля:	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, практические задания, дискуссии
Форма итогового	Зачет

Б3.В.ДВ.8 Поведение потребителей

Цель изучения дисциплины:	Основной целью курса является усвоение студентами специальности основополагающего набора теоретических знаний и умений в области формирования у слушателей расширенного представления о сущности и принципах маркетинга, основных современных концепциях и инструментов с помощью которых организации воздействуют на потребителей разных типов рынка; вооружение будущих специалистов знаниями, имеющими непосредственное практическое применение каждым человеком в своей профессиональной деятельности. • определение типов потребительского поведения; • различать визуальные и психологические характеристики потребителей; • умение использовать приемы, дающие возможность потребителю принимать решения о покупке; • подготовка слушателей к работе в условиях реального рынка.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Дисциплина посвящена проблемам создания эффективных маркетинговых стратегий для достижения целей организации на основе изучения поведения потребителей. Особое внимание уделено вопросам исследования внутренних факторов на поведение потребителей, анализу факторов поведения потребителей как на рынке B2C, так и на рынке B2B; разработке моделей принятия решения о покупке потребителями. Предмет курса включает в себя изучение общих принципов построения межличностных коммуникаций при взаимодействии с субъектами рынка. В рамках учебной дисциплины уделяется особое внимание исследованию поведения потребителей и факторам влияющих на них при разработке маркетинговых стратегий организации. Учебная дисциплина призвана сформировать у студента навыки - современными маркетинговыми методами при исследовании, анализе и удовлетворении современных

	потребителей; методами и средствами исследования потребительского поведения. Модуль 1 Основы поведения потребителей Модуль 2 Внутренние факторы поведения потребителей Модуль 3 Процесс принятия решение о покупке
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ПК-7; ПК-29; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Коммерческая деятельность в маркетинге, Маркетинг, Теория менеджмента, Экономическая теория
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: – место и роль знаний о потребителях в управленческой сфере и в сфере конкретной подсистемы управления маркетингом; теоретические основы, приемы и принципы поведения потребителей; – факторы которые влияют на поведение потребителей; – психологические особенности поведения потребителей - теоретические основы поведения потребителей Уметь: - ставить проблемы, формулировать цели поведения потребителей; организовывать исследование, моделирование и экспериментирование в области поведения потребителей; использовать имеющиеся, разрабатывать и внедрять информационные системы для моделирования потребительского поведения. Владеть: - навыками рыночных коммуникаций, обеспечивающими успешность взаимодействия со своими потребителями; методами и средствами исследования потребительского поведения.
Формы проведения занятий	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа
Используемые инструментальные и программные средства:	Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы.
Формы промежуточног	Тестирование, текущая успеваемость, подготовка докладов, рефератов, дискуссии.
Форма итоговог	Зачет

Б3.В.ДВ.8 Психология делового общения

Цель изучения дисциплины:	
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:	ОК-5; ПК-7; ПК-29; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	
Формы проведения занятий	
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточног	
Форма итоговог	Зачет

Б3.В.ДВ.9 Управление маркетингом

Цель изучения дисциплины:	Цель дисциплины - закрепление комплекса знаний, полученных при изучении базовых дисциплин, формирование и развитие навыков стратегического мышления, умений проводить исследования на макро- и микро- уровне, умений использовать стратегии на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне в долгосрочной перспективе.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Программа состоит из следующих основных блоков: Сущность стратегического маркетинга; Анализ макро- и микросреды фирмы; SWOT – анализ; Классификация стратегий; Матричные методы при формировании портфеля стратегий; Стратегический маркетинг на инструментальном уровне; Стратегическое планирование маркетинга; Виды организационных структур маркетинга; Стратегический маркетинговый контроль.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-8; ПК-6; ПК-10; ПК-18; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изложение дисциплины базируется в основном на курсах «Маркетинг» и «Маркетинг в туристской индустрии», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Маркетинг туристских дестинаций».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: – отличия стратегического маркетинга от тактического; – принципы формирования целей и иерархию дерева целей, а так же требования при формулировки целей; – основные инструмента анализа макро- и микро – среды компании; – основные методы расчета бюджета; – основные виды организационных структур маркетинга; – уровни и виды стратегий; – метод SWOT анализа в табличной и матричной форме. Уметь: – анализировать маркетинговые стратегии предприятия; – оценивать конкурентные преимущества предприятия; – оценивать эффективность маркетинговой деятельности предприятия. Владеть: – научиться проводить портфельный анализ деятельности предприятия на базе матрицы БКГ, двумерной и многомерной матрицы Маккинзи, матрицы Ансоффа, – проводить анализ конкурентных сил и реакции конкурентов по М. Портеру; – выделять КФУ и строить профиль конкурентных преимуществ; – строить карту стратегических групп; – научиться проводить стратегическую, продуктовую и конкурентную сегментацию рынка; – проводить SWOT анализ; – проводить STEP анализ; – научиться строить карту позиционирования и проводить перепозиционирование товаров на рынке; – научиться разрабатывать инструментальные стратегии маркетинга.
Формы проведения занятий	применяются такие новые технологии обучения как проведение проблемных и открытых лекций, использование компьютерной техники. В процессе преподавания дисциплины применяются активные методы проведения занятий, как лекций, так и семинаров.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного тестирования Учебная обязательная и дополнительная литература, виртуальное учебное пространство и другие ресурсы
Формы промежуточног	Опрос, заслушивание и обсуждение докладов и рефератов; выступления с презентацией, тестирование.
Форма итогового	Курсовой проект, экзамен

Б3.В.ДВ.9 Антикризисное управление

Цель изучения дисциплины:	Целью дисциплины «Антикризисное управление» является обучение студентов методологии распознавания, диагностики кризисов, их предотвращения, управлению организацией в условиях кризиса, определению путей выхода из кризиса. Указанной цели соответствуют следующие задачи дисциплины: - дать студентам ясное и четкое представление о природе, причинах и типологии кризисов в социально-экономических системах и путях их преодоления; - выработать у студентов навыки применения принципов и методов анализа кризисных ситуаций в организациях и выхода из них с минимальными потерями; - привить студентам практические навыки и умение принимать эффективные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов, неплатежеспособности предприятий; - сформировать у студентов умение в кризисных ситуациях работать с персоналом при опоре на социально-психологические методы, рекомендации гуманитарных наук и опыт лучших отечественных и зарубежных менеджеров. - воспитывать у студентов высокие нравственные качества, ответственность за моральный уровень российской деловой среды и стремление внести вклад в стабилизацию экономической и социально-политической ситуации в России.
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ Кризисы в социально-экономическом развитии организации. Сущность и содержание антикризисного управления Государственное регулирование кризисных ситуаций. Диагностика экономического состояния неплатежеспособной организации. Кризисы в развитии организации Раздел 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ Предмет и метод анализа хозяйственной деятельности Анализ финансово-хозяйственного состояния организации. Анализ финансовых результатов деятельности организации. Анализ себестоимости. Анализ эффективности использования ресурсов. Анализ объема и структуры продукции. Раздел 3. ВОЗМОЖНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ Основные черты антикризисного управления Стратегия и тактика в антикризисном управлении Особенности разработки плана финансового оздоровления Реструктуризация организации Инновации в антикризисном управлении

	Риски в антикризисном управлении Инвестиционная политика в антикризисном управлении Раздел 4. ПРАВОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОЦЕДУР ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ И БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ Процедура наблюдения Процедура финансового оздоровления Процедура внешнего управления Конкурсное производство
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-5; ОК-8; ПК-6; ПК-10; ПК-18; ПК-36
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Изложение дисциплины базируется в основном на курсах «Теория менеджмента», «Методы принятия управленческих решений», «Маркетинг» и «Маркетинг в туристской индустрии», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Маркетинг туристских дестинаций».

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	а) знать: - природу управления и исторические тенденции его развития; - условия и факторы возникновения и развития антикризисного управления; - типологию и природу кризисов; - методики распознавания кризисов; - понятия, стадии и процедуры антикризисного управления; - эффективность антикризисного управления; - государственного регулирования кризисных ситуаций; - диагностику экономического состояния неплатежеспособных предприятий; - кризисы в развитии организации; - основных черты антикризисного управления; - стратегии и тактики в антикризисном управлении; - особенности разработки плана финансового оздоровления; - процесс реструктуризации предприятий; - инновации в антикризисном управлении; - риски в антикризисном управлении; - инвестиционную политику в антикризисном управлении; - правовые процедуры финансового оздоровления и банкротства предприятий; - анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий. б) уметь: - систематизировать и обобщать информацию по вопросам профессиональной деятельности; - критически оценивать с разных сторон (производственной, мотивационной, институциональной и др.) поведение экономических агентов, тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; - разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; в) владеть: - навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии; - навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере предстоящей деятельности
Формы проведения занятий	применяются такие новые технологии обучения как проведение проблемных и открытых лекций, использование компьютерной техники. В процессе преподавания дисциплины применяются активные методы проведения занятий, как лекций, так и семинаров.
Используемые инструментальные и программные средства:	- компьютер с проектором для сопровождения занятий компьютерными презентациями; - компьютерные классы для проведения промежуточного
Формы промежуточног	Опрос, заслушивание и обсуждение докладов и рефератов; выступления с презентацией, тестирование.

Форма ИТОГОВОГ	Курсовой проект, экзамен
-------------------	--------------------------

Б.4. Физическая культура

Цель изучения дисциплины:	является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности
Краткая характеристика содержания учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Физическая культура и спорт как социальный феномен современного общества. Средства физической культуры. Основные составляющие физической культуры. Социальные функции физической культуры. Формирование физической культуры личности. Физическая культура в структуре профессионального образования. Организационно – правовые Общая психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента. Общие закономерности и динамика работоспособности студентов в учебном году и основные факторы её определяющие. Признаки и критерии нервно-эмоционального и психофизического утомления. Регулирование работоспособности, профилактики утомления студентов в отдельные периоды учебного года. Оптимизация сопряжённой деятельности студентов в учёбе и спортивном совершенствовании. Воздействие социально-экологических, природно-климатических факторов и бытовых условий жизни на физическое развитие и жизнедеятельность человека. Организм человека как единая саморазвивающаяся биологическая система. Анатомо-морфологическое строение и основные физиологические функции организма, обеспечивающие двигательную активность. Физическое развитие человека. Роль отдельных систем организма в обеспечении физического развития, функциональных и двигательных возможностей организма человека. Двигательная активность и её влияние на устойчивость, и адаптационные возможности человека к умственным и физическим нагрузкам при различных воздействиях внешней среды. Степень и условия влияния наследственности на физическое развитие и на жизнедеятельность человека. Здоровье человека как ценность. Факторы его определяющие. Влияние образа жизни на здоровье. Здоровый образ жизни и его составляющие. Основные требования к организации здорового образа жизни. Роль и возможности физической культуры в обеспечении здоровья. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Критерии эффективности здорового образа жизни.

	Методические принципы физического воспитания. Основы и этапы обучения движениям. Развитие физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания. Общая физическая подготовка, её цели и задачи. Зоны интенсивности и энергозатраты при различных физических нагрузках. Значение мышечной релаксации при занятиях физическими упражнениями. Возможность и условия коррекции общего физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта. Специальная физическая подготовка, её цели и задачи. Спортивная подготовка. Структура подготовленности спортсмена. Профессионально-прикладная физическая подготовка как составляющая специальной подготовки. Формы занятий физическими упражнениями. Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Спортивные соревнования как средство и метод общей и специальной физической подготовки студентов. Спортивная классификация. Система студенческих спортивных соревнований: внутривузовские, межвузовские, всероссийские и международные. Индивидуальный выбор студентом видов спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий (мотивация и обоснование). Краткая психофизиологическая характеристика основных групп видов спорта и систем физических упражнений.
Компетенции, формируемые в результате освоения	ОК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни. Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и

Формы проведения занятий	практические занятия
Используемые инструментальные и программные средства:	
Формы промежуточн	
Форма итогового	Зачет

4.4. Программы учебной и производственной практик.

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки «Менеджмент» раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Приложение 5. «Положение о практике»

4.4.1. Программа учебной практики

Учебная практика является составной частью учебных программ подготовки студентов. Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских, творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по направлению «Менеджмент». Объемы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с государственным стандартом высшего профессионального образования и составляют 2 зачетных единицы.

Организация практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами

профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра.

Учебная практика осуществляется непрерывным циклом при условии обеспечения логической и содержательно-методической взаимосвязи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае её наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможности обучающимся:

- осуществлять сбор, обработку и анализ информации по теме (заданию);
- участвовать в проведении научных исследований или выполнении разработок;
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или её разделу (этапу, заданию);
- выступить с докладом на конференции.

К видам учебной работы на учебной практике могут быть отнесены: ознакомительные лекции; инструктаж по технике безопасности; мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала и источников, наблюдение, измерение и др., выполняемые как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

Цель изучения дисциплины:	Целью учебной практики является знакомство студентов с индустрией туризма и гостеприимства, формирование начального представления о специфике деятельности туристских предприятий, знакомство с технологией работы туристских организаций,
Задачи изучения дисциплины	Для достижения цели учебной практики требуется решение следующих задач: – ознакомление с деятельностью и структурой предприятия; – исследование основных составляющих внешней и внутренней среды предприятия; – сбор и анализ информации об основных экономических показателях деятельности предприятия; – приобретение практических навыков работы в подразделениях туристских и гостиничных организациях.

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<i>Этапы учебной практики.</i> – подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности; – эмпирический этап, сбор информации; - выполнение функциональных задач, определяемых руководством предприятия в соответствии с компетенциями студента – обработка и анализ полученной информации; - получение характеристики и рекомендаций руководства предприятия – подготовка отчета по практике.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной	ОК-8; ОК-13; ОК-19; ПК-8; ПК-47; ПК-49
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Учебная практика базируется на знаниях таких дисциплин, как «Теория менеджмента», «Институциональная экономика», «Основы туризма», «Основы гостеприимства», «Основы экскурсоведения», «Информационные технологии в менеджменте», «Маркетинг»

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: социальную значимость своей будущей профессии; Уметь: критически оценивать личные достоинства и недостатки; логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; организовывать деловые мероприятия, включая переговоры в многоязычной среде, выступать посредником в деловых переговорах; организовывать рекламные и PR кампании и другие мероприятия системы маркетинговых коммуникаций Владеть: высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах; способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию ; методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы; способностью работать и осуществлять управленческую деятельность в мультикультурной среде и в международной команде.
Используемые инструментальные и программные средства	Пакет программ MS Office; MS Excel; корпоративные информационные системы, туристские специализированные системы бронирования и резервирования
Формы промежуточного контроля знаний	Дневник прохождения практики Характеристика руководителя практики и наставника
Форма итогового контроля знаний	Отчет о учебной практике Дифференцированный зачет

4.4.2. Программа производственной практики

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ООП ВПО по направлению

«Менеджмент», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Так, целью производственной практики является приобретение студентами таких профессиональных компетенций как способность решать организационно-экономические и информационные задачи.

Производственная практика направлена на закрепление практических навыков разработки документов нормативно-методического обеспечения, а также системы информационного управления организацией

В достижении поставленных перед производственной практикой целей важная роль отводится месту прохождения студентами практики. В программе практики определено, что базами практики могут являться организации туристской индустрии и организации участвующие в регулировании туристского рынка, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности. Так же это могут быть организации других отраслей хозяйства, имеющие в своей структуре подразделения, осуществляющие туристскую деятельность.

В программе представлено содержание производственной практики, которое включает сбор информации, характеризующей объект производственной практики – организацию и ее краткую характеристику, показатели производственно-хозяйственной, финансовой и коммерческой деятельности и их анализ и информационная обработка. Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике. Общий объем 6 зачетных единиц.

Содержание программы практик:

1. Цели практики
2. Задачи практики
3. Место практики в структуре ООП бакалавриата
4. Формы проведения практики
5. Место и время проведения практики

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

7. Структура и содержание практики

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

12. Материально-техническое обеспечение практики.

После возвращения с производственной практики студент вместе с научным руководителем от кафедры обсуждает итоги практики и собранные материалы. При этом формулируется тема работы, а в дневнике по производственной практике руководитель дает отзыв о работе обучающегося, ориентируясь на его доклад, а также в дневнике приводится отзыв руководителя от производственной организации.

Обучающийся пишет краткий отчет о практике, который включает в себя:

- общие сведения об изучаемом объекте;
- обоснование актуальности выбора объекта;
- цели и задачи практики;
- список методической, инструктивной и нормативной документации;
- результаты практики (обработанная статистическая информация, разработанные схемы, разработанные чертежи и т.д.);
- практическую значимость и достигнутые результаты.

Защита отчета о практике осуществляется перед комиссией кафедры.

Цель изучения дисциплины:	Целью производственной практики является закрепление и углубление теоретических знаний студентов, получение ими практических навыков и компетенций, а так же опыта самостоятельной профессиональной деятельности, приобретение студентами таких профессиональных компетенций как способность решать организационно-экономические и информационные задачи, а также сбор аналитической информации для выпускной квалификационной работы. Производственная практика направлена на закрепление практических навыков разработки документов нормативно-методического обеспечения, а также системы информационного управления организацией.
Задачи изучения дисциплины	Учебные задачи: Задачами проведения производственной практики являются: развитие и накопление специальных навыков; развитие навыков решения конкретных производственных вопросов; участие в выполнении основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики; участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики; участие в исследованиях по направлению деятельности; осуществление реальных технологических процессов.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Этапы производственной практики. – подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности; – эмпирический этап, сбор информации; - выполнение функциональных задач, определяемых руководством предприятия в соответствии с компетенциями студента – обработка и анализ полученной информации; - подготовка развернутого анализа деятельности предприятия, выработка предложений по совершенствованию деятельности - получение характеристики и рекомендаций руководства предприятия – подготовка отчета по практике.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОК-6 ОК-7 ОК-8 ОК-9 ОК-10 ОК-11 ОК-12 ОК-17 ОК-18 ОК-19 ОК-20 ПК-2 ПК-7 ПК-13 ПК-31 ПК-34 ПК-37
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Производственная практика базируется на знаниях формируемых в ходе изучения дисциплин социально-гуманитарного, естественно-математического, профессионального и профильного циклов.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: социальную значимость своей будущей профессии; Уметь: критически оценивать личные достоинства и недостатки; логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели; проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры решать управленческие задачи на тактическом и операционном уровне, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации экономики подготовить международные договора с учетом международного права организовывать деловые мероприятия, включая переговоры в многоязычной среде, выступать посредником в деловых переговорах организации рекламных и PR кампаний и других мероприятий системы маркетинговых коммуникаций Владеть: высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией ; готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность; способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах; способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию ; способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования способностью участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы
--	---

Используемые инструментальные и программные средства	Пакет программ MS Office; MS Excel; корпоративные информационные системы, туристские специализированные системы бронирования и резервирования
Формы промежуточного контроля знаний	Дневник прохождения практики Характеристика руководителя практики и наставника
Форма итогового контроля знаний	Защита отчета по производственной практике Дифференцированный зачет

5. Ресурсное обеспечение ООП.

5.1. Кадровое обеспечение

Ресурсное обеспечение ООП вуза формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки, с учетом рекомендаций ПрООП.

Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, должно быть не менее 60%, ученую степень доктора наук (в том числе степень PhD, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и/или звание профессора должны иметь не менее 8% преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла должны иметь базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60% преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, должны иметь ученые степени. К образовательному процессу должно быть привлечено не менее 10% преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

До 10% от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

Для реализации ООП в НОУ ВПО Российская международная академия туризма к проведению открытых лекций и мастер классов привлекаются руководители и ведущие специалисты Государственной Думы РФ, Совета Федерации РФ, Федерального агентства по туризму, Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы, Министерства спорта, физической культуры, туризма и молодежной политики Московской области. Учебные интерактивные занятия проводятся специалистами представительств Евросоюза, Венгрии, Чехии, Тайланда. К проведению учебных практикоориентированных занятий привлекаются специалисты туристских и гостиничных предприятий (ТГК «Измайлово», Swiss hotel, Парк хайат Арарат, TUI, Санрайз тур, Nicco travel group, Музенедис тревел, АК&М, Асент тревел, Президент отель, сети Ваш отель и других)

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Основная образовательная программа «Маркетинг» обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям). Содержание каждой из учебных дисциплин (курсов, модулей) представлено в сети Интернет на сайте НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается разработанным методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на её выполнение.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) академии, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Обеспечена возможность осуществления одновременного доступа к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) не менее 25% обучающихся по основной образовательной программе «Маркетинг». Электронно-библиотечной система (электронная библиотека)

академии обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Реализация основной образовательной программы «Маркетинг» обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам университета и кафедры «наименование кафедры», исходя из полного перечня учебных дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся по основной образовательной программе «Маркетинг» обеспечен не менее чем одним учебным и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла, входящей в образовательную программу (включая электронные базы периодических изданий).

Используемый библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла – за последние 5 лет), из расчёта не менее 25 экземпляров данных изданий на каждые 100 обучающихся. Библиотека Академии – информационный и культурно-просветительный центр, основными задачами которого являются: сбор, обработка, хранение, поиск и распространение информации как традиционными методами, так и с использованием новых информационных и телекоммуникационных технологий.

Для обслуживания читателей в библиотеке есть читальный зал на 160 посадочных мест и интернет-зал на 15 рабочих мест. К услугам пользователей представлены каталоги: алфавитный, систематический и электронный.

Основой работы библиотеки является фонд. Единый фонд библиотеки насчитывает 347504 единицы хранения, это литература (научная, учебная, художественная, справочная, энциклопедическая), нормативные и законодательные документы, авторефераты и диссертации, а также

различные периодические издания, аудио- и видеокассеты, CD- и DVD-диски.

Комплектование фонда библиотеки по всем дисциплинам учебных планов осуществляется в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов, «Положением о формировании фондов высшего учебного заведения», «Инструкцией об учете библиотечного фонда» и на основании письменных заявок кафедр и преподавателей.

Пополнение книжного фонда Академии происходит непосредственно через издательства «Советский спорт», «Финансы и статистика», РИБ «Турист» и сеть издательских торговых домов, таких как «КНОРУС». Фонд постоянно обновляется в соответствии со степенью устареваемости.

Учебные издания приобретаются из расчета обеспеченности каждого учащегося минимумом обязательной учебной литературы по всем циклам дисциплин, предусмотренных учебными программами, что соответствует в среднем на одного студента:

- 0,6 основной учебной книги (учебники и учебные пособия, сборники задач и упражнений, лабораторные практикумы, словари по иностранным языкам, географические атласы, изобразительные материалы, учебно-методические издания, произведения художественной литературы);
- 0,2–0,3 дополнительной (официальные издания – сборники законодательных актов, нормативных правовых актов и кодексов РФ; инструктивные материалы; научные издания; справочная литература – энциклопедии, словари, справочники; произведения выдающихся деятелей науки, культуры и искусства).

Более 90% учебной литературы – издания последних 5–10 лет в зависимости от дисциплины:

- ♦ общегуманитарные и социально-экономические (история, психология, социология, экономика, иностранный язык) – за последние 5 лет;
- ♦ естественнонаучные (экология, информатика, компьютерное обеспечение и математика) – за последние 10 лет;

- ♦ общепрофессиональные (бухгалтерский учет, законодательство, менеджмент) – за последние 5 лет;

- ♦ специальные (туристские) – за последние 5 лет.

Фонд научной литературы представлен монографиями, периодическими и научными изданиями.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете не менее 2 экземпляров на каждые 100 обучающихся.

Библиотека НОУ ВПО «Российская международная академия туризма» обеспечивает широкий доступ обучающихся к отечественным и зарубежным газетам, журналам и изданиям научно-технической информации (НТИ), обзор которых представлен в таблице 1.

Оформлена подписка на 90 наименований периодических изданий, в числе которых специализированные журналы и газеты, в которых широко освещены вопросы сегодняшнего дня в области экономики, политики, жизни общества, краеведения, культуры и отдыха, воспитания и образования. Среди них: «Туристский вестник», «Маркетинг услуг», «Маркетинговые коммуникации», «Туринфо», «Гостиницы, рестораны, туризм», «Вояж», «Туризм и отдых», «Туристический олимп», «Партнер», «Логистика сегодня», «Туризм, право и экономика», «Корпоративная культура», «Карьера руководителя», «Высшее образование в России», «Высшее образование сегодня», «Обучение и карьера», «Педагогическое образование и наука», бюллетени Минобрнауки, ВАК.

Обучающиеся имеют возможность оперативного обмена информацией с рядом отечественных и зарубежных вузов, предприятий и организаций с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся

обеспечен доступ к современным отечественным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам «Консультант Плюс», «Гарант», «Экономика. Социология. Менеджмент. Образовательный портал», «Российский ресурсный центр учебных кейсов», а также к электронно-библиотечным системам и полнотекстовым зарубежным базам данных, представленных в таблице 2.

5.3. Материально-техническое обеспечение

Российская международная академия туризма располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом вуза, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе широко применяются новые информационные технологии и вычислительная техника. Работа библиотеки и читальных залов для студентов компьютеризирована. Используется операционная система «КИС» (сетевая версия), состоящая из электронных каталогов книг, статей, подписки, читательской картотеки. Студенты имеют возможность доступа к сетевым конфигурациям информационно-правовых систем.

В компьютерном парке Академии 368 персональных компьютеров с процессорами Pentium-II и выше. В учебном процессе задействовано 177 ПК. Из них 68 компьютеров с двухядерными процессорами или двумя и более процессорами с тактовой частотой более 1 ГГц. В том числе за последний год приобретено 36 компьютеров. Компьютерами оснащены 14 специализированных учебных компьютерных классов (177 компьютеров, из них 100 пригодных для тестирования в режиме on-line), учебно-вспомогательные кабинеты, административные кабинеты, обеспечивающие образовательный процесс, электронная библиотека.

Некоторые компьютерные классы представляют собой сегменты локальных вычислительных сетей с выходом в мировые глобальные сети, в частности в Интернет. В настоящее время в Академии 4 локальные сети. К Интернету подключено 340 компьютеров. Скорость подключения 2 Мбит/с. В Академии имеется 4 интранет-сервера.

В учебном процессе и при проведении научных конференций используется мультимедийное оборудование: проекторы, телевизоры, видеодвойки, видеомагнитофоны, плазменный экран, DVD-плееры, CD-магнитофон, кассетные магнитофоны, цифровые фотокамеры, видеокамеры. Компьютерные классы оборудованы мультимедиа-проекторами.

Для организации учебного процесса имеются:

- учебные площади: аудитории для лекционных и практических занятий, оборудованные компьютерной техникой, актовые и читальные залы, в том числе 14 компьютерных классов;
- учебно-вспомогательные площади: библиотека, преподавательские, технические и административные помещения, спортивные залы, открытые спортивные сооружения, столовая, буфеты и другие помещения.

При использовании электронных изданий каждый обучающийся во время самостоятельной подготовки обеспечен рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в сеть Интернет 280 часов в год на одного студента.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Материально-техническая база Академии дает возможность организовывать для обучающихся Академии всесезонные экспедиционные, спортивно-тренировочные походы, туристские, спортивные секции по различным видам спорта.

Все помещения оборудованы необходимой мебелью, инвентарем, оргтехникой.

Эксплуатационное обслуживание зданий и сооружений обеспечивается в рабочем порядке специализированными службами Академии.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

Российская международная академия туризма является негосударственным образовательным учреждением, имеющим статус юридического лица и реализующим основные и дополнительные профессиональные образовательные программы высшего, среднего и послевузовского профессионального образования. Академия является одним из ведущих учебных заведений Российской Федерации по подготовке специалистов для системы туризма. Образовательная миссия Академии заключается в создании единого туристского пространства через образование

Учредителем Академии является ОАО «Центральный совет по туризму и отдыху» (холдинг).

Как образовательное учреждение Академия является правопреемником Центральных туристских курсов Центрального совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС, созданных в 1969 г.

РМАТ прошла международную сертификацию менеджмента учебно-образовательной и научно-методической деятельности. Академия оценена и сертифицирована как отвечающая требованиям ISO 9001:2000 (сертификат СН05/0868). Реализуемые в Академии программы подготовки бакалавров менеджмента туризма по гостеприимству, специалистов менеджмента туризма по туроперейтингу получили международное признание со стороны Всемирной туристской организации путем их сертификации по системе UNWTO.TedQual Certification System.

Основу локального регулирования Академии составляет Устав РМАТ.

Для улучшения организации и качества учебного процесса, рационального использования учебного времени, укрепления дисциплины и порядка среди обучающихся в РМАТ разработаны и с 1 января 2006 г.

введены в действие Правила внутреннего распорядка для обучающихся РМАТ и Правила внутреннего распорядка в общежитии РМАТ.

Правила приема в РМАТ ежегодно утверждаются на основе Порядка приема в государственные образовательные учреждения высшего профессионального образования (высшие учебные заведения) Российской Федерации, учрежденные федеральными органами исполнительной власти

Основные направления педагогической, воспитательной и научно-исследовательской деятельности академии, определяющие концепцию формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций, закреплены в его Уставе.

Воспитательная работа – важное направление деятельности Академии в системе формирования специалистов для сферы туризма. В основу организации воспитательной работы положена идея комплексного подхода к воспитанию и образованию, при этом главной целью является подготовка специалиста высокого профессионального уровня и культуры, физически здоровой и духовно развитой личности гражданина новой России, способной к адекватной профессиональной и общественной деятельности в постоянно меняющихся условиях жизни современного общества.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- формирование у студентов морально-этических принципов: гуманности, толерантности, убежденности в приоритете общечеловеческих ценностей, приобщения к общечеловеческим нормам морали, национальным традициям, кодексу профессиональной чести;
- формирование познавательных способностей и интересов, навыков самообразования и потребности в научном творчестве;
- создание условий для реализации творческих способностей студентов и усвоения культурно-исторических ценностей, несущих в себе опыт предшествующих поколений;

- выявление и развитие задатков, формирование на их основе общих и специальных способностей, индивидуальности личности, возвышение ее творческого потенциала и способности к саморазвитию;
- воспитание потребности в труде как первой жизненной необходимости и высшей жизненной ценности, а также воспитание целеустремленности и предприимчивости, конкурентоспособности в профессиональной сфере и других сферах жизни и деятельности;
- создание полноценной социально-педагогической и туристско-профессиональной воспитывающей среды (эффективная организация учебного процесса, быта, досуга студентов);
- воспитание потребности в здоровом образе жизни, стремления к созданию семьи, продолжению рода, материальному обеспечению и воспитанию нового поколения в духе гуманизма и демократии.

Содержание воспитательной деятельности в Академии складывается из ее направлений, каждое из которых ориентировано на решение определенной воспитательной задачи. Это следующие направления:

- нравственное воспитание – формирование готовности к осознанному выбору нравственных ценностей;
- гражданско-патриотическое и правовое воспитание – воспитание чувства гордости за великое прошлое Отечества, за достижения отечественной культуры и образования; формирование правового сознания и политической культуры; формирование оптимистического взгляда на будущее России, воспитание стремления реализовать собственный творческий потенциал в решении современных проблем государства и общества;
- воспитание культуры межличностных и межнациональных отношений – развитие умений и навыков межличностного общения и взаимодействия; овладение знаниями о культурном многообразии мира; формирование представлений о культурных различиях как источнике

общественного прогресса; воспитание уважительного отношения к родной культуре;

– профориентационное воспитание – воспитание интереса и любви к избранной профессии: формирование устойчивых представлений о необходимости последовательно поддерживать и совершенствовать лучшие традиции вуза; воспитание чувства гордости за принадлежность к сообществу студентов, преподавателей и сотрудников РМАТ, а также готовности отстаивать честь и поддерживать авторитет высшего учебного заведения;

– учебно-познавательное и научно-исследовательское направление – предполагает воспитание сознательного отношения к учебному труду, потребности и умения учиться; формирование системности знаний посредством четкой организации учебного процесса;

– физическое воспитание – формирование потребности в здоровом образе жизни, стремления к физическому самосовершенствованию; привлечение молодежи к активному занятию физической культурой и спортом;

– эколого-валеологическое воспитание – формирование психологической установки на борьбу с негативными привычками; пропаганда основных путей и средств организации здорового образа жизни;

– культурно-эстетическое воспитание – создание в вузе атмосферы доброжелательности и взаимного уважения, соблюдение всеми участниками образовательного процесса этических норм; организация свободного времени студентов в целях формирования навыков содержательного общения и культурного поведения.

Воспитательная работа в РМАТ строится в соответствии с утвержденным планом и носит корпоративный характер, основываясь на Законе РФ «Об образовании», Концепции государственной молодежной политики РФ, Концепции воспитательной работы РМАТ.

Большая роль в Академии отведена первым наставникам студентов – кураторам. Куратор закрепляется за каждой академической группой из числа преподавателей, имеющих склонность к воспитательной деятельности. Задача кураторов заключается в осуществлении организаторской и воспитательной деятельности. Работа куратора направлена на создание организованного, сплоченного коллектива в группе, формирование актива группы и адаптацию студентов, создание атмосферы доброжелательных отношений между преподавателями и студентами. Кураторы осуществляют контроль за посещаемостью и успеваемостью, проводят большую индивидуальную работу со студентами и их родителями. Деятельность кураторов направлена на формирование коллектива студенческой группы, развитие у студентов управленческих и исполнительских компетенций.

В целях воспитания широко используются возможности учебного процесса. В лекционные курсы и практические занятия различных дисциплин включаются темы, затрагивающие духовно-нравственные, гражданско-патриотические, физкультурно-оздоровительные, природоохранные и эстетические аспекты жизни общества. Это позволяет формировать целостную личность, способную к профессиональной деятельности на основе широкого мировоззрения («Уроки мужества», «Международный день языков», Конкурс на лучшую студенческую работу и т.д.).

В Академии ведется профилактическая работа по предупреждению наркомании, алкоголизма, проводятся лекции по профилактике ВИЧ-заболеваний, устанавливаются информационные стенды с наглядной агитацией по предупреждению асоциальных проявлений.

В академии существует целый ряд подразделений и общественных организаций, созданных для развития личности и управления социально-культурными процессами, способствующих укреплению нравственных, гражданских, патриотических и общекультурных качеств обучающихся. К ним относятся:

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент».

В соответствии с ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент» и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП бакалавриата осуществляется в соответствии с п.46 Типового положения о вузе:

Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в уставе высшего учебного заведения. Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается в порядке, предусмотренном уставом высшего учебного заведения.

Приложение 6.

Студенты, обучающиеся в высших учебных заведениях по образовательным программам высшего профессионального образования, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам.

Студенты, обучающиеся в сокращенные сроки, по ускоренным образовательным программам и в форме экстерната, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 20 экзаменов.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом

высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом Ученым советом РМАТ».

Вузом должны быть созданы условия для максимального приближения текущей и промежуточной аттестации обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности – для чего кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов должны активно привлекаться работодатели, преподаватели, читающие смежные дисциплины и т.п.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ООП РМАТ создает и утверждает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды могут включать: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся. Все рекомендации по проведению текущей и промежуточной аттестации по дисциплинам разработаны в Учебно-методических комплектах дисциплин и указаны в прилагаемых учебных программах дисциплин. Фонды оценочных средств разрабатываются кафедрами и утверждаются на заседании кафедры и размещаются на соответствующих кафедрах, реализующих учебные дисциплины.

7.2. Положение о бально-рейтинговой системе оценивания.

Новое поколение ФГОС предполагает введение в вузах кредитно-модульной системы учета трудоемкости учебных курсов и дисциплин, способствующей развитию академической и профессиональной мобильности выпускников вузов, сокращению перегрузки и внедрению интенсивных методов освоения знаний.

Таблица перевода оценок по балльно-рейтинговой системе

Российская система оценок	100% шкала оценок	Европейская система оценок (ECTS)
5 – отлично	90–100%	A – отлично
	81–89%	B – очень хорошо
4 – хорошо	65–80%	C – хорошо
3 – удовлетворительно	56–64%	D – удовлетворительно
	50–55%	E – посредственно
2 – неудовлетворительно	< 50	FX – неудовлетворительно (с правом пересдачи)
	< 50	F – неудовлетворительно (без права пересдачи, необходимо повторить курс)

Формирование оценки по дисциплине

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично	Выполнен полный объем работы, ответ студента полный и правильный. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить своё мнение, привести иллюстрирующие примеры.
4	Хорошо	Выполнено 75% работы, ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено
3	Удовлетвори-тельно	Выполнено 50% работы, ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях или они просто отсутствуют.
2	Неудовлетворительно	Выполнено менее 50% работы, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

7.3. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата.

Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация в РМАТ по направлению «Менеджмент» включает Государственный междисциплинарный экзамен и защиту бакалаврской Выпускной квалификационной работы.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются Методическими указаниями по выполнению выпускных квалификационных работ в РМАТ выполненных на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также данного ФГОС ВПО в части требований к результатам освоения основной образовательной программы бакалавриата.

8. Механизм функционирования системы обеспечения качества подготовки обучающихся в вузе.

Современное состояние и дальнейшее развитие системы профессионального образования в Российской Федерации выдвигают проблему качества образования на первое место.

Российская международная академия туризма ставит своей целью заверение студентов, общественности, работодателей, государства и других заинтересованных сторон в том, что вуз реализует заявленное им качество образования в соответствии с действующими отечественными и международными стандартами и постоянно стремится к его повышению.

Ключевыми факторами качества образования в Академии являются: качество абитуриентов, профессорско-преподавательского состава, основных образовательных программ, технологий обучения, обеспечения образовательного процесса (методического, информационного, материально-технического), технологии проверки знаний и практических навыков студентов, а также положительные мотивации студентов и преподавателей.

Одним из основных путей повышения качества образования в РМАТ является создание и эффективное функционирование системы менеджмента качества/ системы качества образовательного учреждения.

В РМАТ создана и функционирует с 2005 г. система менеджмента качества, которая охватывает всё образовательное учреждение (кроме филиалов). СМК РМАТ разработана применительно к основному виду деятельности Академии – предоставлению образовательных услуг для сферы туризма. Процесс предоставления РМАТ образовательных услуг в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001:2000 детализируется и представлен в виде 3-уровневой иерархической системы процессов: управленческие, основные и обеспечивающие процессы.

Система качества РМАТ распространяется как на подразделения, так и на процессы и построена на основе принципов Международных стандартов ISO 9001:2000, на базе Процессной модели управления образовательным

учреждением. Система качества Академии сертифицирована мировым лидером в области аккредитованной сертификации систем менеджмента – SGS/Швейцария по стандартам ISO 9001:2000 (Сертификат CH05/0868 от 05.12.2005 г., продлен в ноябре 2008 г. на очередной 3-летний срок). Две основные образовательные программы («Специалист в области менеджмента туризма», «Бакалавр менеджмента гостеприимства») сертифицированы в 2006 г. по системе WTO TedQual (подтверждение гарантии качества туристского образования Всемирной туристской организацией ООН) Институтом качества туристского образования Всемирной туристской организации ООН THEMIS (Андорра) (сертификат от 12.01.2006 г.). В 2008 г. эти программы повторно сертифицированы до 2010 г.

При построении внутривузовской СМК сформулированы ее основные принципы:

- ориентация всей деятельности Академии на своих потребителей, от удовлетворения потребностей которых в целом зависит конкурентоспособность вуза;
- непрерывное совершенствование и повышение качества всех процессов образовательной деятельности вуза;
- обеспечение участия всего коллектива Академии (от студентов до профессорско-преподавательского состава) в решении проблем повышения качества образования;
- создание системы мотивации качества образования как для студентов, так и для преподавателей;
- широкое использование современных образовательных технологий;
- формирование информационного обеспечения управления качеством образования;
- создание системы мониторинга качества образования на основе объективных показателей.

9. Список разработчиков

Российская
международная академия
туризма

О.А. Степуренко

9. Список экспертов

ГУУ
Работодатель из бизнеса
Ростуризм

Приложение 1.

Матрица компетенций

Б1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12
		ОК-13	ОК-14	ОК-15	ОК-16	ОК-17	ОК-19	ОК-20	ОК-22	ПК-1	ПК-4	ПК-5	ПК-6
		ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-11	ПК-13	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-24	ПК-25
		ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-35	ПК-36	ПК-38	ПК-39	ПК-40	ПК-41
		ПК-42	ПК-44	ПК-45	ПК-46	ПК-50							
Б1.Б.1	История	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ПК-1						
Б1.Б.2	Философия	ОК-1	ОК-2	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-14	ПК-1	
Б1.Б.3	Иностранный язык	ОК-1	ОК-3	ОК-5	ОК-6	ОК-10	ОК-12	ОК-14	ПК-4	ПК-5	ПК-25	ПК-36	
Б1.Б.4	Правоведение												
Б1.Б.5	Институциональная экономика	ОК-2	ОК-4	ОК-5	ОК-9	ОК-13	ОК-20	ПК-4	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-13	ПК-16
		ПК-17	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-29	ПК-31	ПК-42	ПК-46	ПК-50			
Б1.В.ОД.1	Основы социального государства	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-8	ОК-9	ОК-12	ПК-15	ПК-24	ПК-27	ПК-50	
Б1.В.ОД.2	Экономическая теория	ОК-2	ОК-4	ОК-6	ОК-12	ОК-13	ОК-15	ОК-19	ПК-11	ПК-15	ПК-18	ПК-19	ПК-24
		ПК-26	ПК-27	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-35	ПК-36	ПК-38	ПК-40	ПК-41	ПК-42	ПК-44
		ПК-45											
Б1.В.ОД.3	Мировая экономика	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-9	ОК-12	ОК-13	ОК-16	ОК-17	ОК-19	ПК-24
		ПК-26	ПК-27	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-36	ПК-38	ПК-39	ПК-42	ПК-44	ПК-45	ПК-50
Б1.В.ДВ.1.1	Испанский язык	ОК-1	ОК-3	ОК-5	ОК-6	ОК-10	ОК-12	ОК-14					
Б1.В.ДВ.1.2	Французский язык	ОК-1	ОК-3	ОК-5	ОК-6	ОК-10	ОК-12	ОК-14					
Б1.В.ДВ.1.3	Немецкий язык	ОК-1	ОК-3	ОК-5	ОК-6	ОК-10	ОК-12	ОК-14					
Б1.В.ДВ.2.1	Социология	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12	ОК-13
		ОК-22	ПК-1	ПК-24									
Б1.В.ДВ.2.2	Культурология	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12	ОК-13
		ОК-22	ПК-1	ПК-24									
Б1.В.ДВ.3.1	Психология	ОК-7	ОК-10	ОК-11	ОК-19	ПК-5	ПК-6	ПК-7					
Б1.В.ДВ.3.2	Конфликтология	ОК-7	ОК-10	ОК-11	ОК-19	ПК-5	ПК-6	ПК-7					

Б2	Математический и естественнонаучный цикл	ОК-1	ОК-2	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-13	ОК-15	ОК-16	ОК-17
		ОК-18	ОК-20	ОК-22	ПК-3	ПК-4	ПК-8	ПК-9	ПК-18	ПК-22	ПК-26	ПК-29	ПК-30
		ПК-31	ПК-32	ПК-34	ПК-36	ПК-41	ПК-42	ПК-44	ПК-47				
Б2.Б.1	Математика	ОК-15	ПК-31	ПК-32	ПК-41								
Б2.Б.2	Статистика (теория статистики, социально-экономическая статистика)	ОК-4	ОК-6	ОК-7	ОК-9	ОК-13	ОК-15	ОК-16	ПК-26	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-32
		ПК-34	ПК-36										
Б2.Б.3	Методы принятия управленческих решений	ОК-5	ОК-8	ОК-15	ОК-17	ОК-18	ОК-20	ПК-4	ПК-8	ПК-9	ПК-18	ПК-22	ПК-31
		ПК-42	ПК-44	ПК-47									
Б2.Б.4	Информационные технологии в менеджменте	ОК-16	ОК-17	ОК-18									
Б2.В.ОД.1	География туристских дестинаций России	ОК-1	ОК-2	ОК-5	ПК-3	ПК-8							
Б2.В.ОД.2	География туристских дестинаций стран мира	ОК-1	ОК-2	ОК-13	ПК-3	ПК-8							
Б2.В.ДВ.1.1	Туристско-рекреационное ресурсоведение	ОК-2	ОК-13	ОК-22	ПК-3	ПК-8							
Б2.В.ДВ.1.2	Экология	ОК-2	ОК-13	ОК-22	ПК-3	ПК-8							
Б2.В.ДВ.1.3	Концепции современного естествознания	ОК-2	ОК-13	ОК-22	ПК-3	ПК-8							
Б2.В.ДВ.2.1	Информационные системы управления												
Б2.В.ДВ.2.2	Интернет технологии в туризме												
Б3	Профессиональный цикл	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12
		ОК-13	ОК-14	ОК-15	ОК-16	ОК-18	ОК-19	ОК-20	ОК-21	ОК-22	ПК-1	ПК-2	ПК-3
		ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15
		ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-28
		ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-32	ПК-33	ПК-34	ПК-35	ПК-36	ПК-37	ПК-38	ПК-39	ПК-40
		ПК-41	ПК-42	ПК-43	ПК-44	ПК-45	ПК-46	ПК-47	ПК-48	ПК-49	ПК-50		
Б3.Б.1	Теория менеджмента	ОК-4	ОК-13	ОК-20	ПК-1	ПК-2	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-18	ПК-22	ПК-25

[illegible]

[illegible]

	культурного наследия												
Б3.В.ДВ.6.1	Маркетинговые коммуникации	ОК-6	ОК-7	ПК-7	ПК-29	ПК-36							
Б3.В.ДВ.6.2	Деловые коммуникации												
Б3.В.ДВ.7.1	Связи с общественностью	ОК-5	ОК-6	ОК-13	ОК-19	ПК-6	ПК-7						
Б3.В.ДВ.7.2	Технология и организация деловых мероприятий (MICE)												
Б3.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	ОК-5	ПК-7	ПК-29	ПК-36								
Б3.В.ДВ.8.2	Психология делового общения												
Б3.В.ДВ.9.1	Управление маркетингом	ОК-5	ОК-8	ПК-6	ПК-10	ПК-18	ПК-36						
Б3.В.ДВ.9.2	Антикризисное управление												
Б4	Физическая культура	ОК-22											
Б5	Практики, НИР	ОК-8	ОК-13	ОК-19	ПК-8	ПК-47	ПК-49						
	Учебная практика	ОК-8	ОК-13	ОК-19	ПК-8	ПК-47	ПК-49						
	Производственная практика	ОК-8	ОК-13	ОК-19	ПК-8	ПК-47	ПК-49						
ИГА	Итоговая государственная аттестация	ОК-5	ОК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10
		ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22
		ПК-23	ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-32	ПК-33	ПК-34
		ПК-35	ПК-36	ПК-37	ПК-38	ПК-39	ПК-40	ПК-41	ПК-42	ПК-43	ПК-44	ПК-45	ПК-46
		ПК-47	ПК-48	ПК-49	ПК-50								

Приложение 5

Российская международная
академия туризма



Негосударственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования **1969**

Факультет менеджмента туризма

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебно-
методической работе
Лагусева Н.Н.

«_____» _____ 2013 г.

Программа учебной практики

Направление подготовки

080200.62 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Формы обучения

Очная, очно-заочная, заочная

г.о. Химки

2013 г.

1. Цели учебной практики

Цель учебной практики – знакомство студентов с индустрией туризма и гостеприимства, формирование начального представления о специфике деятельности туристских предприятий, знакомство с технологией работы туристских организаций, профильных выставок, гостиничных предприятий.

2. Задачи учебной практики

Для достижения цели учебной практики требуется решение следующих задач:

- ознакомление с деятельностью и структурой предприятия;
- исследование основных составляющих внешней и внутренней среды предприятия;
- сбор и анализ информации об основных экономических показателях деятельности предприятия;
- приобретение практических навыков работы в подразделениях туристских и гостиничных организациях.

2. Место учебной практики в структуре ООП бакалавриата

• Практика студентов является составной частью и своеобразной формой организации учебного процесса.

• Программы практики разрабатываются и утверждаются вузом самостоятельно на основе ФГОС ВПО, с учетом рабочих учебных планов по направлению подготовки «Менеджмент» и рабочих программам дисциплин.

Цели учебной - формирование первичных профессиональных компетенций; закрепление, обобщение и систематизация знаний путем их применения в реальной деятельности; расширение и углубление теоретических знаний.

• Основными видами практики студентов высших учебных заведений, обучающихся по основным образовательным программам высшего профессионального образования, являются: учебная и производственная.

- Учебная практика - самая сложная форма учебного процесса как в организационном, так и в методическом плане, так как для ее осуществления необходимо соединить интересы сферы труда и учебного заведения, приспособить процесс обучения к практическим задачам конкретного предприятия, учреждения, организации.

- Учебная практика может проводиться в структурных подразделениях учебного заведения или на предприятиях, учреждениях и организациях.

- Наиболее управляемой формой практического обучения является учебная практика, которая позволяет последовательно поддерживать определенный режим деятельности обучающихся, а овладение практическим опытом профессиональной деятельности осуществляется под руководством педагогов и руководителей учебной практики.

- Структура учебной практики зависит от содержания практического обучения и в, конечном счете, должна обеспечивать целостную подготовку специалиста к профессиональной деятельности, то есть, выполнению основных профессиональных функций согласно квалификационной характеристике.

Для прохождения практики студенту необходимо обладать следующими знаниями, умениями и навыками: навыками владения основными операционными системами и утилитами Microsoft Office – MS Word, MS Excel, MS PowerPoint (дисциплина «Информатика»), знать составляющие внутренней и внешней среды предприятия, владеть основными категориями в области управления предприятием (дисциплина «Основы менеджмента»); знать и понимать основные типы построения организационной структуры предприятия и возможных форм взаимодействия ее элементов (дисциплина «Теория организации»); знать основные типы технологии производства продукции и их характеристики, понимать степень влияния технологии на качество готовой продукции.

Успешное прохождение и завершение учебной практики позволит студентам приобрести компетенции, необходимые для изучения следующих

дисциплин «Стратегический менеджмент», «Методы принятия управленческих решений», «Инновационный менеджмент», а также для прохождения производственной практики.

Сроки проведения практики устанавливаются вузом, с учетом теоретической подготовленности студентов, в соответствии с учебным планом и годовым календарным учебным графиком.

За время прохождения практики студентом готовятся следующие документы: дневник учебной практики, отчет о выполнении программы практики, характеристика производственной и общественной деятельности студента.

В дневник заносится весь комплекс сведений и материалов, полученных при прохождении практики (календарный план прохождения практики, наименование предприятия, где проходила практика, содержание разрабатываемых вопросов в практике, выполненная работа за каждый день практики, отзыв руководителя практики). Дневник подписывается руководителем практики от организации.

В ходе практики студент составляет итоговый письменный отчет. Цель отчета – определение степени полноты изучения студентом программы практики. В отчете должны быть отражены итоги деятельности во время прохождения практики. Структура отчета: титульный лист, оглавление или содержание, введение, основная часть, включающая, как минимум 2-3 раздела, в соответствии с поставленными задачами, заключение, список источников, приложения. Отчет предоставляется руководителю практики от учреждения, который дает отзыв с оценкой, о приобретенных практических знаниях студента.

Программы практик разрабатываются согласно квалификационным требованиям к специалистам в соответствии с требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного специалиста по направлению 080200.62 «Менеджмент».

Учебная практика по направлению «Менеджмент» проводится для студентов 2-го курса, в течении 2 недель (14 дней) в объеме 2 зачетных единиц (72 часа);

4. Формы проведения учебной практики

Целью данных рекомендаций является разработка типовых процедур и заданий для студентов по видам практики: учебной, экономической и практики менеджмента, а также преддипломной практики.

Задачи, поставленные перед студентами, структурированы по видам практики и отдельным ее направлениям (учебная практика: выставка, гостиница, туристская организация). Задания по практике представляют собой определение конкретных позиций для изучения и обработки по каждому направлению и виду практики с целью формирования компетенций в области профессиональной деятельности в организациях агентско-операторского профиля.

5. Место и время проведения учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 зачетные единицы 72 часа.

Наименование тем	Кол-во часов	Кол-во дней
1. Вводное занятие.	4	1
2. Ознакомление с работой профильной туристской выставки.	12	2
3. Ознакомление с работой непрофильной выставки.	12	2
	20	4
4. Ознакомление с работой туристских фирм.	20	4
5. Ознакомление с	4	1

работой гостиницы, ее службами и отделами. 6.Защита практики.		
Итого:	72	14

•5.1. Вводное занятие.

-
- На вводном занятии студентов знакомят с вопросами прохождения практики и защиты отчета. Руководитель практики проводит консультативное занятие о ведении дневника практики, составлении письменного отчета и дает индивидуальное задание. В дневнике должен быть отражен ход ознакомления с практикой. Задание выдается студентам в рамках учебной практики. По окончании практики студент обязан предоставить письменный отчет о проделанной работе.
-

5.2. Ознакомление с работой профильной туристской выставки.

-
- При прохождении учебной практики студенты знакомятся с работой туристской выставки. Для студентов проводят инструктивные занятия. Во время работы на выставке они знакомятся с процессом организации туристских выставок, общаются с представителями российских и иностранных туристских фирм и организаций. При прохождении практики студенты обязаны вести дневник, в котором должен быть отражен ход ознакомления с организацией и проведением выставки, содержанием занятий, проведенных руководителем практики. Студент получает задание:
 - оценить организацию работы на выставке, ее цели и задачи;
 - виды выставок;
 - этапы выставочной тактики;
 - формы участия в выставках;

- стоимость участия;
- виды стендов;
- место расположения стендов;
- правила оформления стендов;
- виды рекламной продукции.

- Работа на туристской выставке способствует приобретению навыков устного общения с клиентом, учета специальных требований клиентов, овладение методикой распространения рекламной продукции, использование каталогов и ценных предложения, как инструмента продаж, анализа и оценки информации и др., а также закрепляет полученные во время обучения знания.

-

5.3. Ознакомление с работой непрофильной выставки.

-

- Во время учебной практики студенты знакомятся с процессом организации непрофильной выставки со спецификой ее работы, общаются с российскими и иностранными клиентами. В дневнике, который студенты обязаны вести должен быть отражен ход ознакомления с организацией и проведением выставки, содержанием занятий, проведенных руководителем практики. Студент получает индивидуальное задание:

- оценить организацию работы непрофильной выставки, ее цели и задачи;
- сравнить принципы организации профильной и непрофильной выставки.

- Работа на непрофильной выставке способствует приобретению навыков устного общения с клиентом, учета специальных требований клиентов, овладение методикой распространения рекламной продукции, использование каталогов и ценных предложения, как инструмента продаж, анализа и оценки информации и др., а также закрепляет полученные во время обучения знания.

-

5.4. Ознакомление с работой туристской фирмы.

- - Во время учебной практики студенты знакомятся с деятельностью туристских фирм (турагентских, туроператорских). Руководитель туристской фирмы проводит инструктивные занятия:
 - о режиме работы организации,
 - о принципе работы в фирме,
 - оформление офиса, организация приема и обслуживания посетителей, О специфике работы туристской фирмы - планирование туров, о качестве туристского продукта, составлении маршрутов, бронировании билетов, продаже и оформлении билетов и др.
- - Работа в туристской фирме способствует приобретению навыков общения (устного и телефонного) с клиентами, технике пользования офисным оборудованием, получения и передачи информации адресатом, обработке данных и др.

5.5. Ознакомление с работой гостиницы, ее службами и отделами.

- - Во время учебной практики студенты знакомятся с деятельностью гостиницы. Для студентов проводят инструктивные занятия:
 - О режиме работы гостиницы,
 - О правилах внутреннего трудового распорядка,
 - О структуре предприятия,
 - О технике безопасности и противопожарных мероприятиях на предприятии,
 - О работе основных служб гостиницы (службе эксплуатации номеров и оказании услуг, службе приема и размещения, бюро

обслуживания, коммерческой службе, инженерно-технической службе, административной службе).

- Для студентов проводится экскурсия по гостинице, в том числе обзор номеров. РМАТ сотрудничает с такими гостиницами как «Измайлово», «Варшава», «Будапешт», «Космос», «Балчуг», «Холидей инн» и др.

- Работа в гостинице способствует приобретению навыков общения с клиентом, учету специальных требований клиентов, знакомству с техникой уборки номеров, технологией приема и размещения гостей, оформлению проездных документов, знакомит с обязанностями инженеров и других технических работников, а также закрепляет, полученные во время обучения знания.

-

5.6. Защита практики.

-

- Каждый студент во время практики получает индивидуальное задание:
 - ознакомление с содержанием лекции, проведенной преподавателем-руководителем учебной практики;
 - ознакомление с организацией и проведением выставок;
 - сравнение организации и проведения профильной и не профильной выставки (обратить внимание на название, сроки, организаторов, место проведения, состав участников, профиль выставок, посещаемость; деятельность оргкомитета по проведению выставок;
 - сравнение деятельности туристских фирм на выставках (указать характеристику и анализ деятельности фирмы на туристском рынке, местонахождение и оформление стенда фирмы на выставках, характеристику и организацию деятельности стендовой команды, уровень подготовки и виды рекламной продукции, представленной на выставках;
 - выводы и предложения по организации выставок и конкретной работы фирм (приложить к отчету рекламную продукцию фирмы);

- ознакомление с деятельностью службы гостиницы;
- характеристика и анализ деятельности гостиницы на туристском рынке (на примере конкретной гостиницы);
- описание работы служб указанной гостиницы;
- описание работы туристской фирмы (на примере конкретной фирмы);
- выводы по работе указанной турфирмы.

• После окончания практики студенты сдают руководителю практики письменный отчет о выполнении задания. Отчет состоит из теоретической и практической части. Теоретическая часть отражает цель и необходимость практики, как неотъемлемой части учебного процесса. Практическая часть отражает выполненное задание. На защите руководитель практики оценивает ее. Оценка заносится в зачетную книжку.

Практика проходит на 2 курсе обучения в 4 семестре, время прохождения практики – 2 недели (72 часа, 2 зачет. единицы)

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

- умение оценивать структуру организации, содержание ее деятельности, а также технологию производства;
- готовность взаимодействовать с должностными лицами и персоналом;
- умение работать с документами организации, а также публичной информацией об организации, представленной на корпоративном сайте и в сети Интернет;
- умение применять информационные технологии для поиска, анализа и представления информации.

7. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике

В основу концептуальных подходов к содержанию учебной практики положены следующие принципы:

- органической связи теоретических курсов и практической деятельности. Это означает применение студентами на практике теоретических знаний, полученных при изучении профильных дисциплин;
- интегративности – комплексного характера практики, прохождение которой требует от студентов объединения знаний различных учебных курсов;
- проблемности – в ходе прохождения практики студент осуществляет оценку деятельности организации и рассматривает различные варианты разрешения возможных проблемных ситуаций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике

Ознакомление с деятельностью предприятия предполагает выполнение каждым студентом индивидуального задания, требующего сбора теоретического материала, данных о предприятии, опубликованных в средствах массовой информации и на официальном сайте, информации, полученной в ходе экскурсии, ответов на вопросы сотрудниками предприятия, а также из предоставленных на предприятии документов и справочных материалов. Задание выдается студентам до посещения предприятия. В целях повышения эффективности прохождения учебной практики студенты должны предварительно ознакомиться с программой и содержанием предстоящих работ, собрать и изучить рекомендуемую литературу, получить необходимые консультации по организации и методике работы со стороны руководителя практики от кафедры управления качеством, а также подготовить список вопросов, на которые они должны получить ответы в ходе посещения предприятия. Степень готовности

студентов к экскурсии контролирует руководитель от выпускающей кафедры. После экскурсии студенты завершают работу над индивидуальным заданием, оформляют его в виде отчета и сдают руководителю практики от выпускающей кафедры.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

По итогам учебной практики студент предоставляет отчет и дневник.

Аттестация проводится в виде зачета.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Нормативно-правовые документы

1. Хартия туризма и Кодекс туриста (док ВТО А/6//11 «а». Рез. I. София, 22 сентября 1985 г.)
2. Шенгенское соглашение об отмене паспортно-визового контроля на границах ряда государств Европейского союза (Люксембург, город Шенген, 14 июня 1985 г.).
3. Конституция Российской Федерации.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации.
5. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с последними изменениями от 3 мая 2012 г.).
6. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011-2018 годы» (в ред. Постановления Правительства РФ от 18.09.2012 N 936)
7. Государственная программа города Москвы «Развитие индустрии отдыха и туризма» на 2012-2016 годы (в ред. постановления Правительства Москвы от 22.02.2012 N 64-ПП)

Основная литература

8. Буйленко В.Ф. Туризм: учебник / В.Ф. Буйденко. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2008. – 411 с. (Среднее профессиональное образование)
9. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – Издание 3-е, переработанное и дополненное. – Спб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 368 с.
10. Киреева Ю.А. Основы туризма: учеб.-прак. пособ./Ю.А. Киреева; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008.
11. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.

Дополнительная литература

12. Арбузова И. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М.: Альфа-М, 2008.
13. Гуляев В. Организация туристской деятельности: Учеб. пособие. - М.: Нолидж, 2005. - 312 с.
14. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. Организация туризма. – Учебное пособие. – М. Дело, 2009. – 632 с.
15. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации.- М.: Финансы и статистика, 2004. – 198 с.
16. Жукова М. А., Сенин В. С., Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма. - М.: КноРус, 2009.
17. Зорин И.В. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2003.- 364 с.
18. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: авиационные перевозки в туризме: учебник. – М.: Советский спорт, 2007. – 137с
19. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: индустрия авиаперевозок: учебник. – М.: Советский спорт, 2005. – 176с.

20. Ильина Е. Н. Организация водных путешествий. - М.: Изд. Риб. «Турист», 2002. - 104с.

21. Ильина Е. Н. Организация железнодорожных путешествий. - М.: Изд. Советский спорт, 2003 — 92с.

22. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2006 – 320 с.

23. Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии: учебное пособие/Ю.А.Матюхина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011

24. Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов. - М.: Форум, 2010.

Периодические издания

25. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма».

26. Журнал «Турбизнес».

27. Журнал «Горячая линия».

28. Туринфо – Туристская информационная газета.

29. TTG - Туристская деловая газета.

Информационные ресурсы

1. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры

2. <http://www.consultant.ru/> - официальный сайт компании "Консультант Плюс: специальная подборка правовых документов и учебных материалов для студентов юридических, финансовых и экономических специальностей

3. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма

4. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

5. <http://www.unesco.org/new/ru> - официальный сайт ЮНЕСКО
6. <http://unesco.ru/ru/> - официальный сайт Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО

12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

При оформлении отчета студенты используют прикладное программное обеспечение Microsoft.

Проведение защиты отчетов по практике рекомендуется с техническим сопровождением докладов с использованием мультимедийного комплекса.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению и профилю подготовки **080200.62 – Менеджмент**

Авторы (разработчики):

Программа одобрена на заседании Совета факультета
« ____ » _____ 2013 г. протокол № ____.

Российская международная
академия туризма



Негосударственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования

1969

Факультет менеджмента туризма

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебно-
методической работе
Лагусева Н.Н.
« _____ » _____ 2013 г.

Программа производственной практики

Направление подготовки
080200.62 «Менеджмент»
Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр
Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

г.о. Химки
2013 г.

1. Цели производственной практики.

Целью производственной практики является закрепление и углубление полученных теоретических знаний и дополнение их практическими навыками, а также сбор аналитической информации для выпускной квалификационной работы.

2. Задачи производственной практики.

- Задачами студентов при прохождении производственной практики являются:

- **закрепление теоретического материала, полученного в процессе изучения экономических и управленческих дисциплин;**

- **ознакомление с предприятием (организацией), его организационной структурой;**

- **изучение миссии и целей организации;**

- **исследование факторов ее внешней и внутренней среды;**

- **оценка кадрового потенциала и процессов управления персоналом;**

- **исследование процессов формирования и развития организационной культуры;**

- **изучение организации, планирования и управления производством;**

- **исследование процесса управления качеством на предприятии;**

- **исследование инновационной деятельности предприятия;**

- **анализ и оценка процессов управления маркетингом;**

- **изучение процессов разработки и принятия управленческих решений;**

- **анализ финансового состояния предприятия (организации) и эффективности финансовой деятельности;**

- **приобретение практических навыков работы по специальности.**

- **Реализация цели и задач практики должна осуществляться с учетом сферы деятельности предприятия, его организационно-правовой формы, миссии, стратегии и практики управления. Местом прохождения практики являются предприятия, организации и учреждения различных сфер деятельности.**

3. Место производственной практики в структуре ООП бакалавриата

Для прохождения производственной практики (Б.5.) и успешной защиты отчета студент должен обладать знаниями по следующим дисциплинам: теории менеджмента (Б.3.1), микроэкономики (Б.1.2.4), статистики (Б.2.2), экономики предприятия (Б.3.1.1), инвестиционном менеджменте (Б.3.1.6), производственном менеджменте (Б.3.1.3), маркетинге (Б.3.2), стратегическом менеджменте (Б.3.6) и др.

4. Формы проведения производственной практики.

Практика проводится на базах (предприятиях, в организациях) различных форм собственности и организационно-правовых форм (ООО, ОАО, ЗАО и пр.), имеющих возможности по реализации ее задач.

5. Место и время проведения производственной практики.

- Организация и методическое обеспечение производственной практики осуществляются выпускающей кафедрой. Студенты направляются на место практики в соответствии с договорами, заключенными РМАТ с предприятиями и организациями, либо по заявкам предприятий.

- Каждому студенту выдается направление на производственную практику, которая служит основанием для принятия его на предприятие, является документом, подтверждающим факт прохождения практики для академии. Организационные вопросы решаются на групповом собрании, которое проводится руководителем практики от кафедры. Ответственность за организацию практики на предприятии возлагается на директора или его заместителя, а непосредственное руководство – на специалистов в области экономики и управления.

- Первый день на предприятии отводится для изучения общих положений по технике безопасности и охране труда, а также для решения всех организационных вопросов. На предприятии издается приказ, в котором определяются отделы и структурные подразделения, где студенты проходят практику, назначаются руководители практики от предприятия.

- Дальнейший ход практики определяется программой и календарным планом.

- Продолжительность практики 6 недель (3 недели после 3-го курса, 3 недели на 4 курсе), общим объемом 3 и 4 зачетных единицы (108 и 144 часа).

•

6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики.

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

общекультурные компетенции (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9).

Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способностью использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- способностью оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);

информационно-аналитическая деятельность:

- способностью к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
- способностью выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);
- умением моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);
- умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);
- умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);
- способностью применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);
- владением навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);
- способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);
- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);
- способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);
- способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);
- способностью обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);
- владеть техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);
- пониманием роли финансовых рынков и институтов, способностью к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);

– способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

предпринимательская деятельность:

– умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);

– способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);

– способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

7. Структура и содержание производственной практики.

Общая трудоемкость производственной практики составляет 7 зачетных единиц – 252 часа.

Наименование тем	Кол-во часов	Кол-во дней
1. Вводное занятие.	3	0, 5

Цель производственной практики – углубление знаний специалиста по вопросам управления, бронирования и продажам, маркетингу и рекламе, связям с общественностью и др., а также сбор материала о производственной деятельности предприятия для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задача производственной практики – определение основных направлений и участков работы в турфирмах во время прохождения студентами практики.

Тематика и распределение часов по темам.

2. Практическая работа менеджером по направлению (туроператор, турагент)	35	4,5
3. Практическая работа менеджером по бронированию и продажам.	35	5
4. Практическая работа менеджером по маркетингу и рекламе.	35	5
5. Практическая работа менеджером по связям с общественностью.	35	5
6. Практическая работа менеджером по работе с клиентами.	35	5
7. Практическая работа менеджером по визовому обеспечению.	35	5
8. Практическая работа менеджером по управлению.	35	4,5
9. Защита практики.	4	0,5
ИТОГО	252	35

Вводное занятие.

-
- На вводном занятии студенты знакомятся с порядком прохождения производственной практики. С порядком явки на практику (дни, часы). Их знакомят с предприятием; его структурой, сферой деятельности, режимом работы, правилами внутреннего распорядка.

1. Практическая работа менеджером по направлению (туроператора, турагента).

• В начале практики студенты знакомятся с: режимом работы предприятия, его внутренним распорядком, со сферой деятельности предприятия, с его структурой, вопросами охраны труда.

Во время производственной практики, которую проходят студенты РМАТ факультета «Менеджмента и экономики туристского бизнеса» на туристских предприятиях (туроператорских и турагентских) они знакомятся с формированием туристского продукта и его оформлением.

Формирование туристского продукта включает:

- изучение существующих предложений, спроса;
- планирование турпродукта;
- составление турпакета;
- расчет стоимости турпакета (калькуляция);
- изучение методов продвижения турпродукта на внутреннем и международном рынке.

• Оформление турпакета включает:

- оформление туристской документации;
- правильность оформления документации.

• Практическая деятельность менеджером по направлению способствует углублению знаний в теории маркетинга и основ менеджмента, планирование туризма, культуры, социально-экономического устройства страны и др., а также развитию навыков анализа, составления турпродукта, владения методами продвижения и др.

2. Практическая работа менеджером по бронированию и продажам.

•

• При прохождении производственной практики студенты знакомятся с бронированием услуг и продажей туристского продукта. Работа способствует глубокому изучению систем бронирования услуг, правил оформления документации, дает знаний о компаниях перевозчиках авиационных, железнодорожных, автобусных, круизных. Студенты осваивают теорию межличностного общения, методику проведения анализа и продаж, изучения потребностей клиентов, искусство обслуживания клиентов.

Она также развивает навыки техники бронирования, учета и хранения документации, удовлетворения спроса потребителей, использования каталога, как инструмента продаж, послепродажного обслуживания клиентов и взаимодействия с турагентами.

3. Практическая работа менеджером по маркетингу и рекламе.

•

• Важное место в деятельности туристских предприятий занимают маркетинговые исследования и реклама. Во время прохождения производственной практики студенты на практике знакомятся с маркетинговой деятельностью туристского предприятия, а также с продвижением турпродукта на рынок. Практическая деятельность в качестве менеджера по маркетингу и рекламе способствует углублению знаний в теории маркетинга и рекламы, основ дизайна, теории межличностного общения, а также развитию навыков анализа и исследований в туристской индустрии, проведения рекламных компаний и презентаций, владению методикой продвижения туристского продукта, анализа результатов продаж и т.д.

4. Практическая работа менеджером по связям с общественностью.

• Для формирования положительного отношения к туристскому предприятию и его деятельности со стороны широких масс населения необходимо изучение общественного мнения и установления связи с общественностью.

При прохождении производственной практики студенты знакомятся с этой стороной деятельности фирмы. Они учатся:

- взаимопонимания и доверия между фирмой и общественностью;
- обеспечению фирме благоприятной известности;
- созданию имиджа предприятия.

• Практическая работа способствует формированию навыков организации брифингов и пресс-конференций, публичных выступлений, продвижению различных общественных мероприятий, пропагандистских компаний.

5. Практическая работа менеджером по работе с клиентами.

• Во время производственной практики студенты работают с клиентами российскими и иностранными, общаются с ними, работают с жалобами. Работа в туристской фирме по продаже туристского продукта формирует и развивает практические навыки: общения с клиентом, учет и удовлетворение его потребностей и интересов, работы с справочно-информационным материалом, как инструментом продаж, послепродажного обслуживания клиентов и др., искусства обслуживания туристов.

• Она способствует углублению знаний в области: теории межличностного общения, искусства обслуживания клиентов, основ психологии, этики, иностранного языка, а также развитию навыков: общения

с клиентами, принятие и анализ жалоб, принятию мер по предъявленным жалобам, соблюдению этикета и протокола.

6. Практическая работа менеджером по визовому обеспечению.

Студенты, проходящие практику на туристских предприятиях, знакомятся на практике с работой менеджера по визовому обеспечению. В ходе этой работы они закрепляют уже полученные и углубленные знания по визовым формальностям, страхованию, культуре разных стран, обеспечению безопасности туристов, иностранного языка и способствует формированию и развитию навыков – оформлению туристской документации, использование справочно-информационного материала, доведения информации до клиента, пользование офисной техникой, оформление виз, страховых полисов, принятия жалоб, искусства обслуживания клиентов.

7. Практическая работа менеджером по управлению.

-
- При прохождении производственной практики студенты изучают вопросы управления турфирмой. Она включает: подбор кадров, распределение участков работы, создание условия, для удовлетворенности работников, выявление наиболее важного в деятельности фирмы, оценку итогов деятельности сотрудников, управление человеческими отношениями, управление отделами турфирмы, анализом деятельности фирмы, ее конкурентной среды и др. Практическая деятельность менеджером по управлению способствует закреплению и углублению знаний в области межличностного общения, основ психологии и др.

8. Защита практики.

-
- Перед началом практики каждый студент получает индивидуальное задание. Задание производственной практики определяется темой ВКР и помогает сбору фактического материала, о производственной деятельности предприятия, который используется при выполнении дипломной работы:

- изучить деятельность турфирмы;
- овладеть формированием турпродукта (планированием, комплектацией, составлением программ обслуживания, расчетом стоимости, заключением договоров с поставщиками услуг и т.д.);
- изучить методы продвижения турпродукта данной турфирмы;
- провести анализ деятельности турфирмы, ее отделов, изучить конкурентную среду;
- изучить методы улучшения качества турпродукта;
- изучить финансовую деятельность турфирмы;

- овладеть методами обслуживания клиентов (информирование, продажи и т.д.);
- проанализировать стратегию компании и ее место на рынке;
- изучить управление турфирмой;
- овладеть оформлением виз, страховок и другой документации при организации международного путешествия.

• По окончании студент составляет отчет, к которому прилагается: дневник практики и характеристика, подписанные руководителем предприятия.

• В характеристике отмечается выполнение студентом программы практики и овладение производственными навыками, его отношение к работе, трудовая дисциплина, проявление инициативы, характер внесенных студентом предложений по работе (рационализаторских). Отчет оформляется соответствующим образом. Он состоит из: теоретической части, в которой отражены цели и необходимость практики, как части учебного процесса. Практическая часть включает вопросы организации и деятельности туристской фирмы. Студент сдает отчет руководителю практики РМАТ: оценка заносится в зачетную книжку.

•

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике.

При прохождении производственной практики студент использует бухгалтерскую отчетность предприятия, должностные инструкции и т.п.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике.

• На производственную практику допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план теоретического обучения.

• К началу производственной практики студенту необходимо иметь программу и дневник практики, индивидуальное задание от руководителя практики от кафедры, направление для прохождения практики.

• В период прохождения практики студент обязан:

- явиться на место прохождения практики в срок, указанный в направлении на практику и пройти собеседование с руководителем практики от предприятия;

- регулярно посещать базу производственной практики;

- в соответствии с программой практики с учетом индивидуальных заданий собрать, систематизировать и проанализировать необходимую информацию;

- выполнять порученную работу и соблюдать трудовую дисциплину и правила внутреннего распорядка;

- следовать указаниям руководителя практики от предприятия, регулярно перед ним отчитываться, а также выполнять порученную работу и возложенные на него обязанности;

- систематически вести дневник практики, в котором следует фиксировать необходимые цифровые материалы и своевременно накапливать их для отчета о производственной практике;

- оформить отчет по практике в соответствии с определенной настоящими методическими указаниями структурой и представить его руководителю практики от академии на последней неделе практики.

- По окончании практики студент-практикант составляет письменный отчет, который проверяется и подписывается вместе с дневником руководителем практики от предприятия и сдает его руководителю практики от академии. По результатам защиты отчета выставляется зачет с дифференцированной оценкой.

- Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, повторно направляется на практику в период каникул.

- Производственная практика завершается составлением и защитой отчета о практике, в котором должны быть содержательно отражены итоги деятельности студента за время прохождения практики.

- оформленный отчет подписывается студентом, проверяется и визируется руководителем практики от предприятия и заверяется печатью. Объем отчета (без приложений) – 30-35 страниц машинописного текста, оформленного в соответствии со стандартом. Практический материал должен быть конкретным и отражать специфику предприятия, на котором была организована практика, с приложением необходимого цифрового и графического материала.

- Отчет о практике должен иметь следующую структуру:

- титульный лист. На нем необходимо поставить все предусмотренные подписи и заверить печатью (содержание отчета в приложении №1);

- дневник. Сведения в дневник заносятся ежедневно с указанием даты изучаемых вопросов программы и описанием в краткой форме выполненной работы. В последней графе таблицы ставится подпись руководителя соответствующего структурного подразделения организации. По окончании практики дневник подписывается также руководителем практики от предприятия и заверяется печатью;

- содержание. Отражаются все разделы отчета с указанием страниц;

- основная часть. Составляется в строгом соответствии с тематическим планом производственной практики и структурой изложения материала, представленной в методических указаниях. Разделы должны завершаться выводами;

- список использованной литературы;
- приложения.

• Оформлени
е отчета о производственной практике осуществляется в соответствии с общими правилами и требованиями оформления курсовых, дипломных работ, пояснительных записок к курсовым и дипломным проектам.

• К защите
отчета по практике представляются следующие материалы:

1. Текст отчета.
2. Отзыв руководителя практики от организации.
3. Индивидуальное задание.
4. Договор между академией и организацией.

•
10. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики).

Формы и график промежуточной аттестации определяются в соответствии с учебным планом по направлению.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Нормативно-правовые документы

30. Хартия туризма и Кодекс туриста (док ВТО А/6//11 «а». Рез. I. София, 22 сентября 1985 г.)

31. Шенгенское соглашение об отмене паспортно-визового контроля на границах ряда государств Европейского союза (Люксембург, город Шенген, 14 июня 1985 г.).

32. Конституция Российской Федерации.

33. Гражданский кодекс Российской Федерации.

34. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с последними изменениями от 3 мая 2012 г.).

35. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011-2018 годы» (в ред. Постановления Правительства РФ от 18.09.2012 N 936)

36. Государственная программа города Москвы «Развитие индустрии отдыха и туризма» на 2012-2016 годы (в ред. постановления Правительства Москвы от 22.02.2012 N 64-ПП)

Основная литература

37. Буйленко В.Ф. Туризм: учебник / В.Ф. Буйденко. – Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2008. – 411 с. (Среднее профессиональное образование)
38. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – Издание 3-е, переработанное и дополненное. – Спб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 368 с.
39. Киреева Ю.А. Основы туризма: учеб.-прак. пособ./Ю.А. Киреева; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008.
40. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.

Дополнительная литература

41. Арбузова И. Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М.: Альфа-М, 2008.
42. Гуляев В. Организация туристской деятельности: Учеб. пособие. - М.: Нолидж, 2005. - 312 с.
43. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. Организация туризма. – Учебное пособие. – М. Дело, 2009. – 632 с.
44. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации.- М.: Финансы и статистика, 2004. – 198 с.
45. Жукова М. А., Сенин В. С., Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма. - М.: КноРус, 2009.
46. Зорин И.В. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2003.- 364 с.
47. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: авиационные перевозки в туризме: учебник. – М.: Советский спорт, 2007. – 137с
48. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: индустрия авиаперевозок: учебник. – М.: Советский спорт, 2005. – 176с.
49. Ильина Е. Н. Организация водных путешествий. - М.: Изд. Риб. «Турист», 2002. - 104с.
50. Ильина Е. Н. Организация железнодорожных путешествий. - М.: Изд. Советский спорт, 2003 — 92с.
51. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2006 – 320 с.
52. Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии: учебное пособие/Ю.А.Матюхина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011
53. Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов. - М.: Форум, 2010.
- Периодические издания
54. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма».
55. Журнал «Турбизнес».
56. Журнал «Горячая линия».
57. Туринфо – Туристская информационная газета.

58. TTG - Туристская деловая газета.

Информационные ресурсы

7. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры

8. <http://www.consultant.ru/> - официальный сайт компании "Консультант Плюс: специальная подборка правовых документов и учебных материалов для студентов юридических, финансовых и экономических специальностей

9. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма

10. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

11. <http://www.unesco.org/new/ru> - официальный сайт ЮНЕСКО

12. <http://unesco.ru/ru/> - официальный сайт Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО

12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

При оформлении отчета студенты используют прикладное программное обеспечение Microsoft.

Проведение защиты отчетов по практике рекомендуется с техническим сопровождением докладов с использованием мультимедийного комплекса.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению подготовки «Менеджмент».

Авторы (разработчики):

Программа одобрена на заседании Совета факультета менеджмента туризма РМАТ «_____» _____ 20__ г., протокол №_____.

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ

должен содержать:

1. Титульный лист (образец на 10 стр. дневника)
2. Содержание отчета (оглавление)
3. Теоретическая часть (практика, виды практики, цели и задачи)
4. Характеристика организации – места прохождения практики
5. Технология обслуживания туристов в организации
6. Характеристика выполняемых практикантом работ
7. Виды рабочей документации организации, необходимой для обслуживания туристов
8. Анализ показателей функционирования и развития туристских организаций (объем обслуживания туристов, доходы, себестоимость обслуживания, план по труду и заработной плате, прибыль)
9. Замечания и предложения практиканта по улучшению работы

Примечание:

К отчету прилагается:

1. Дневник студента по практике
2. Договор (с реквизитами и печатью организации)



Российская международная академия
туризма

**Негосударственное образовательное
учреждение**

**высшего профессионального
образования**

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебно-методической
работе

_____ Н.Н. Лагусева

«_____» _____ 2013 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении текущего контроля успеваемости

и промежуточной аттестации студентов РМАТ

Настоящее Положение разработано в соответствии с Законом РФ «Об образовании», Федеральным законом «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», Типовым положением об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении) РФ, Уставом РМАТ.

Введение

Фундаментальной задачей РМАТ является удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном и культурном развитии посредством получения образования.

Качество получаемого образования характеризует эффективность совместной работы профессорско-преподавательского состава и студентов вуза. Объективное представление об уровне знаний студентов можно получить только с помощью систематического, должным образом распределенного во времени контроля учебного процесса со стороны профессорско-преподавательского состава.

РМАТ оценивает качество освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся и итоговой аттестации выпускников.

Контроль учебной работы необходимо рассматривать в качестве одного из ведущих средств управления учебно-воспитательным процессом. Он должен направляться на объективный и систематический анализ хода изучения и усвоения студентами учебного материала в соответствии с требованиями, изложенными в Государственных образовательных стандартах, учебных планах и программах дисциплин и содействовать повышению уровня преподавания и улучшению организации учебных занятий.

Регулярная оценка качества образования в виде представительного массива результатов контроля является звеном обратной связи между преподавателями и студентами, которая позволяет не только зафиксировать степень освоения какой-либо дисциплины конкретным студентом на текущий момент, но и определить адекватность методики преподавания современным требованиям, а также выявить тенденции развития процесса обучения.

Результаты контроля учебной работы студентов следует использовать для корректировки организации и содержания процесса обучения, для поощрения успевающих студентов, развития их творческих способностей, самостоятельности и инициативы в овладении профессиональными знаниями, умениями и навыками.

1 Основные принципы организации учебного процесса и контроля качества знаний студентов с использованием рейтинговой системы

1.1 Главный принцип организации контроля качества учебного процесса, обусловленный системным подходом к проблеме оценки знаний - это комплексность применения различных видов контроля, распределённых по времени (периоду обучения) и по изучаемым дисциплинам.

В РМАТ организация учебного процесса и его контроль осуществляются как в рамках рейтинговой системы, так и с использованием традиционных форм. Рейтинговая система, применяемая в вузе, предполагает разделение процесса изучения каждой дисциплины во времени на

содержательные этапы, контроль всех основных видов учебной работы по окончании каждого этапа и широкую гласность результатов контроля.

1.2 Рейтинговая система организации учебного процесса и непрерывного контроля знаний студентов позволяет:

- активизировать разработку и внедрение новых организационных форм и методов обучения, максимально мотивирующих активную творческую работу как студентов, так и преподавателей вуза;
- упорядочить и структурировать процедуру непрерывного контроля знаний;
- получать, накапливать и представлять информацию о состоянии дел у студента, группы, потока, за любой промежуток времени и на текущий момент;
- прогнозировать успеваемость студента на некоторые временные периоды;
- регулировать учебный процесс в соответствии с программными целями и с учетом его результатов на контролируемом этапе;
- студентам рационально распределять свои временные, физические и умственные ресурсы на конкретном временном интервале и стимулировать активное приобретение ими знаний;
- активизировать личностный фактор в студенческой среде путём введения принципа состязательности в процесс обучения, который базируется на главном показателе – качестве подготовки специалистов;
- на более раннем этапе обучения выявлять лидеров и отстающих среди студентов с целью реализации индивидуального подхода в учебном процессе;
- создавать благоприятные условия для синтеза знаний, решения междисциплинарных проблем;
- студентам выбирать на более раннем этапе обучения направленность подготовки (специализацию) в рамках учебной специальности в соответствии со своими способностями и наклонностями;
- определить статус студента, группы, потока в глазах самих студентов, преподавателей, руководителей учебного процесса.

1.3 Рейтинговая система оценки знаний студентов, применяемая в РМАТ, базируется на трёх основных показателях:

- **рубежный рейтинг** – служит для оценки объёма и уровня усвоения студентом учебного материала одного модуля дисциплины и применяется в рамках текущего контроля успеваемости студентов. Рубежный рейтинг измеряется в процентах и может лежать в диапазоне от 0% до 100%;
- **итоговый рейтинг** – служит для оценки знаний, умений и навыков студента по всему объёму учебной дисциплины, изученному в семестре. Итоговый рейтинг применяется также для оценки дипломных и курсовых проектов и работ, результатов прохождения

различных видов практик, результатов сдачи итоговых и государственных экзаменов. Итоговый рейтинг измеряется в процентах, может лежать в диапазоне от 0% до 100% и учитывается при промежуточной аттестации студентов по окончании семестра и государственной итоговой аттестации выпускников по окончании всего срока освоения основной образовательной программы по направлению подготовки (специальности);

- **суммарный рейтинг** – комплексный накапливаемый показатель, определяющий успеваемость студента за определённый период обучения (семестр, курс, весь период обучения). Суммарный рейтинг служит для дифференциации и ранжирования студентов по итогам успеваемости, измеряется в баллах и может принимать значения от 0 до S баллов, где S - объём всей учебной работы в часах, которую студент должен был выполнить в соответствии с рабочим учебным планом и государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности) за контролируемый период обучения.

Рейтинговые показатели учитываются при поощрении студентов (назначении специальных стипендий, материальной помощи, распределении путевок, и т.п.), при проведении предметных олимпиад, распределении студентов на практику, направлении в аспирантуру, они играют важную роль при решении вопросов трудоустройства выпускников РМАТ.

1.4 Основой рейтинговой системы оценки знаний является модульность рабочих программ дисциплин (РПД), самого образовательного процесса. Модуль - это часть рабочей программы дисциплины, имеющая логическую завершенность и несущая определенную функциональную нагрузку.

Информация, входящая в модуль, способна иметь самый широкий спектр сложности и глубины при четкой структуре и единой целостности, направленной на достижение интегрированной дидактической цели. Поскольку задачи обучения могут меняться, а учебный материал в связи с непрерывным развитием науки и техники периодически пересматривается и обновляется, в структуре модуля заложен постоянный базовый компонент и вариативная часть.

Вариативность зависит как от изменения и обновления содержания информации, так и от направления или специальности студента. Тем самым на практике реализуются принципы гибкости и динамичности высшего образования.

1.5 В начале семестра ведущий преподаватель, начиная работу с потоком, знакомит студентов с условиями изучения дисциплины по рейтинговой методике. При этом студентам сообщается количество модулей согласно рабочей программе дисциплины, виды и объём учебной работы, охватываемой каждым модулем, весовые коэффициенты модулей и видов учебной работы, сроки и формы проведения контрольных точек, проводится обзор необходимой литературы.

1.6 Модульный принцип организации учебного процесса позволяет выстроить четкую, всестороннюю и разноуровневую систему оценки знаний студентов, которая включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

2 Организация текущего контроля знаний обучающихся

2.1 Текущий контроль качества знаний студентов проводится в рамках действующей в РМАТ рейтинговой системы организации и контроля учебного процесса.

2.2 Непосредственную ответственность за организацию и эффективность текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов несет декан факультета и заведующие кафедрами, а по конкретным дисциплинам - соответствующие преподаватели, которые обязаны постоянно совершенствовать его формы и методы.

2.3 Текущий контроль знаний студентов может иметь следующие виды:

- устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- проверка выполнения письменных домашних заданий и расчетно-графических работ;
- проведение контрольные работы;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- проведение коллоквиумов (в письменной или устной форме);
- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме).

Возможны и другие виды текущего контроля знаний, которые определяются ведущими преподавателями по согласованию с кафедрами.

2.4 Изучение каждого модуля РПД завершается контрольной точкой (рубежным контролем), проводимой в форме теста, контрольной работы или коллоквиума. Преподаватель по согласованию с кафедрой сам определяет формы и методы контроля того или иного модуля.

Контроль части учебного материала, изученной после проведения последней контрольной точки в семестре, по усмотрению преподавателя, может быть вынесен на зачёт или экзамен.

2.5 Виды и примерные сроки проведения текущего контроля успеваемости студентов устанавливаются рабочей программой дисциплины.

2.6 В начале семестра ведущий преподаватель, по своему усмотрению, проводит входной контроль знаний студентов, приобретённых на предшествующем этапе обучения и необходимых для успешного овладения новой дисциплиной в установленные сроки.

Входной контроль оценивается стартовым рейтингом. Стартовый рейтинг определяется в течение двух первых недель семестра. Результаты стартового рейтинга преподаватель использует для корректировки

траектории изучения дисциплины в семестре, и, в частности, для уточнения содержания аудиторной и самостоятельной работы студентов по дисциплине и её форм контроля.

2.7 Объем и уровень усвоения студентами учебного материала каждого модуля оцениваются по результатам рубежного контроля, включающего в себя оценку теоретических знаний, практических умений и навыков, проявленных студентами на всех формах занятий в период освоения модуля РПД.

Модуль студенту считается зачѐнным, если им выполнены в необходимом объѐме и защищены с оценкой, не меньшей установленного минимального порога, все виды учебной работы, предусмотренные по данному модулю рабочей программой дисциплины.

Если при прохождении планового рубежного контроля по дисциплине студент не явился на контрольную точку по неуважительной причине, то при проведении контроля в более поздние сроки преподаватель может, по своему усмотрению, при выставлении рейтинговой оценки вводить понижающий коэффициент.

2.8 В зависимости от специфики дисциплины преподаватель может допускать или не допускать студента к выполнению контрольных мероприятий по очередному модулю, пока он не сдаст с положительной оценкой предыдущий.

Студент имеет право на одноразовую пересдачу контрольной точки с целью повышения рубежной оценки по любому модулю.

Если после проведения в семестре последней контрольной точки по дисциплине у студента образовалась задолженность по одному из модулей, то, по усмотрению преподавателя, студент может сдать данный модуль либо на зачѐтной неделе, либо непосредственно на зачѐте или экзамене.

Зачѐтной неделей считается последняя учебная неделя семестра перед началом экзаменационной сессии.

2.9 Данные текущего контроля используются деканатами, кафедрами и преподавателями для обеспечения ритмичной учебной работы студентов, привития им умения четко организовывать свой труд, своевременного выявления отстающих и оказания им содействия в изучении учебного материала, для организации индивидуальных занятий творческого характера с наиболее подготовленными обучающимися, а также для совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

2.10 Оценки составляющих компонентов рубежного контроля вносятся преподавателями в рейтинговые ведомости и в журналы. Из этих оценок автоматически формируется рубежный рейтинг студента, в свою очередь являющийся основой для определения итогового рейтинга студента по дисциплине.

2.11 В середине семестра деканаты обязаны проводить анализ и подводить промежуточные итоги результатов рубежных контролей студентов всех специальностей факультета с целью обсуждения их на

Совете факультета и принятия необходимых управленческих решений, а также составления прогноза результатов успеваемости на конец семестра.

3 Содержание и порядок проведения промежуточной аттестации студентов

3.1 Промежуточная аттестация студентов является следующим уровнем контрольных мероприятий и может базироваться на результатах рейтингового контроля знаний.

Изучение или выполнение студентами каждой обязательной позиции рабочего учебного плана направления подготовки (специальности) должно завершаться промежуточной аттестацией в виде экзамена или зачёта. На основании результатов экзаменов и зачётов оценивается уровень усвоения будущими специалистами дисциплин учебного плана.

Промежуточная аттестация знаний студентов в зависимости от сроков завершения того или иного вида учебной работы осуществляется либо по окончании каждого учебного семестра, либо в течение семестра.

Для проверки теоретических знаний по изученным в семестре дисциплинам (или их части) промежуточная аттестация проводится в виде экзаменов или зачетов. Аттестация практических видов работы студентов по дисциплинам (практические занятия, семинары, курсовые проекты и работы, различные виды практик и т.д.) осуществляется в виде зачетов.

Результаты промежуточной аттестации должны учитываться при рассмотрении в установленном порядке вопросов перевода их с курса на курс, отчисления из вуза, а также других вопросов, при решении которых принимается во внимание успеваемость.

3.2 Виды и общие сроки проведения промежуточной аттестации по дисциплинам определяются рабочим учебным планом соответствующего направления подготовки (специальности).

Конкретные сроки проведения промежуточной аттестации устанавливаются семестровыми учебными графиками, которые разрабатываются на основании предложений кафедр, утверждаются ректором и доводятся в начале семестра до преподавателей и студентов.

При наличии итогового экзамена по дисциплине формой промежуточной аттестации в последнем семестре изучения дисциплины может быть только зачёт по практическим видам учебной работы.

Перечни дисциплин, по которым проводятся итоговые экзамены, подготавливаются в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки

(специальности). Программы итоговых экзаменов и форма их проведения разрабатываются соответствующими кафедрами.

Время, отводимое на проведение итоговых экзаменов по отдельным дисциплинам, и сроки их проведения определяются рабочими учебными планами направлений подготовки (специальностей).

Оценка за итоговый экзамен по дисциплине не может выставляться по результатам текущего рейтингового контроля знаний студентов.

Итоговые экзамены по дисциплинам имеют для студентов такое же значение (при установлении факта академической задолженности, перевода с курса на курс и т.д.) как и любой другой экзамен промежуточной аттестации.

3.4 Студенты РМАТ, обучающиеся по программам высшего профессионального образования, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам, а также итоговые экзамены по дисциплинам.

Студенты, обучающиеся в сокращенные сроки и в форме экстерната, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 20 экзаменов.

При планировании расписания экзаменов для студентов очной формы обучения деканатам следует выделять в учебных графиках групп на подготовку к каждому экзамену не менее трёх дней.

Для студентов заочной формы обучения в день сдачи экзамена или зачёта планировать какие-либо другие занятия не рекомендуется.

3.5 Экзамены по всей дисциплине или ее части преследуют цель оценить работу студентов по её изучению (за семестр или более длительный период времени), проверить полученные им теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

3.6 Зачеты, как правило, служат формой проверки успешного выполнения студентами практических (проектных) работ, курсовых проектов (работ), усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, а также формой проверки результатов прохождения учебной и различных видов производственной практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденным заданием.

В РМАТ при промежуточной аттестации результаты зачетов оцениваются в дифференцированной и недифференцированной форме.

3.7 Результаты экзаменов и дифференцированных зачетов определяются следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Результаты

недифференцированных зачетов оцениваются отметками: «зачтено», «незачтено».

Зачеты с дифференцированными оценками могут проставляться (по решению соответствующих кафедр) по результатам защиты курсовых проектов (работ) и различных видов практик. По некоторым дисциплинам рабочих учебных планов, устанавливаемых Ученым советом РМАТ, также может проводиться зачет с дифференцированной оценкой.

3.8 При промежуточной аттестации оценки и отметки по экзаменам и зачетам (исключая итоговые экзамены по дисциплинам, зачеты по курсовым проектам (работам) и практикам) могут выставляться по итогам рейтингового контроля учебной работы студентов в семестре, или, в случае

несогласия студента с рейтинговой оценкой, по результатам непосредственной сдачи экзаменов и зачетов.

Итоговый рейтинг по дисциплине, являющийся основой для определения оценок и отметок при промежуточной аттестации, может быть выставлен студенту только тогда, когда у него зачтены все модули рабочей программы дисциплины.

Оценки и отметки по курсовым проектам (работам) и практикам выставляются только по результатам зачетов.

3.9 Положительная аттестационная оценка (отметка) заносится в ведомость и зачетную книжку, неудовлетворительная оценка (отметка) проставляется только в ведомости.

3.10 Результаты экзаменов и зачетов (если они отличны от оценок по рейтингу) проставляются преподавателями в ведомости в колонке «Экзамен» или «Зачёт». Ведомость после проведения экзамена или зачёта закрывается и сохраняется. Закрытая ведомость заверяется подписью преподавателя против фамилии каждого студента и сдаётся в день проведения промежуточной аттестации или на следующий день для хранения в деканат.

Если экзамен или зачёт принимался комиссией, назначенной деканатом или кафедрой, то в ведомости расписываются все члены комиссии.

3.11 Основой для определения оценки на экзаменах служит объём и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой соответствующей дисциплины.

При определении требований к экзаменационным оценкам по дисциплинам с преобладанием теоретического обучения предлагается руководствоваться следующим:

- оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные РПД, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично»
- выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;
- оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;
- оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии,

справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

С учетом изложенных критериев и специфики конкретных дисциплин устанавливаются требования к оценке знаний на экзаменах и дифференцированных зачетах по дисциплинам, освоение которых связано преимущественно с формированием практических умений, навыков и профессионального мастерства.

3.12 Студенты обязаны сдать все экзамены и зачёты в строгом соответствии с рабочими учебными планами, а также утверждёнными рабочими программами дисциплин, содержание которых едино для очной, очно-заочной и заочной форм обучения.

3.13 Экзамены и зачеты принимаются преподавателями в соответствии с запланированной учебной нагрузкой и в сроки, определяемые учебными графиками.

При невозможности проведения преподавателем экзамена (зачёта) в установленные учебным графиком сроки заведующий кафедрой может поручить приём экзамена другому преподавателю кафедры.

3.14 Присутствие на экзаменах и зачетах посторонних лиц без разрешения ректора РМАТ, проректора по учебно-методической работе или декана факультета не допускается.

3.15 При явке на экзамен (зачёт) студент обязан иметь при себе зачётную книжку, которую он предъявляет преподавателю в начале экзамена (зачёта).

3.16 При наличии в семестре по дисциплине экзамена и зачетов студент допускается к экзамену после сдачи всех зачетов по данной дисциплине (исключая зачет по практике).

3.17 Студент, желающий повысить свою оценку (отметку) по рейтингу, должен явиться для этого на плановый экзамен (зачёт).

Если студент не аттестован по рейтингу и не явился на экзамен (зачёт), то в ведомости в колонке «Экзамен» («Зачёт») ему проставляется отметка «Н/я».

Если студент положительно аттестован по дисциплине по результатам рейтинга и при этом согласен со своей итоговой оценкой (отметкой) по

рейтингу или не явился на экзамен (зачёт) по неуважительной причине, то в рейтинговой ведомости за ним сохраняется оценка (отметка) по рейтингу.

Если студент не явился на экзамен (зачёт) по уважительной причине (в том числе и для повышения рейтинговой оценки) и представил в деканат необходимые подтверждающие документы, то декан факультета устанавливает такому студенту индивидуальные сроки сдачи экзаменов и зачётов, что обязательно отмечается в ведомостях деканатов.

3.18 Успешно обучающимся студентам-заочникам до начала лабораторно-экзаменационной сессии высылаются (выдаются) справки – вызовы установленного образца.

Выдача справок-вызовов и явка студентов-заочников на экзамены и зачеты подлежат строгому учету.

Успешно обучающимися считаются студенты-заочники, не имеющие задолженностей за предыдущие курсы и выполнившие к началу зачетно-экзаменационной сессии весь объём учебной работы, предусмотренный рабочими учебными планами и рабочими программами дисциплин, выносимых на сессию.

3.19 Студенты-заочники, не выполнившие учебный план, но прибывшие на зачетно-экзаменационную сессию самостоятельно или по уведомлению вуза, допускаются к консультациям преподавателей, выполнению практических работ и, в установленном порядке, к сдаче экзаменов и зачетов.

3.20 Зачёты, кроме зачётов по практике, проводятся, как правило, по окончании лекций до начала экзаменационной сессии.

Зачёты по теоретической части дисциплин, по которым рабочими учебными планами в сессии экзамены не предусмотрены, могут планироваться деканатами и в период экзаменационной сессии, если это позволяют её сроки.

Зачеты по практическим работам принимаются по мере их выполнения. По отдельным дисциплинам зачеты могут проводиться в виде контрольных работ на практических занятиях.

Зачёты по семинарским занятиям проставляются на основании представленных рефератов (докладов) или выступлений студентов на семинарах.

Зачеты по курсовым проектам и работам проводятся по мере их готовности до начала сессии и в соответствии с графиком, утверждаемым кафедрой.

Зачеты по курсовым проектам (работам) проставляются на основании результатов защиты их студентами перед специальной комиссией, назначенной кафедрой, с участием непосредственного руководителя проекта (работы).

3.21 Порядок аттестации практики студентов РМАТ определяется действующим Положением о порядке проведения практики студентов РМАТ, обучающихся по программам высшего профессионального образования.

Результаты аттестации практики, проводимой после окончания учебного семестра, учитываются при подведении итогов успеваемости студентов в следующем семестре.

3.22 Студенты, полностью выполнившие требования рабочего учебного плана данного курса, успешно сдавшие все экзамены и зачёты, переводятся на следующий курс приказом ректора РМАТ.

3.23 Студентам, получившим по итогам экзаменационных сессий не более двух неудовлетворительных оценок, устанавливаются следующие сроки ликвидации задолженностей: после окончания осеннего семестра – один месяц, после окончания весеннего семестра – до 15 сентября текущего года, по заочной форме обучения – до 1 октября текущего года. Ликвидация указанных задолженностей допускается и во время экзаменационной сессии, но с разрешения декана, по согласованию с преподавателем и только после завершения последнего по графику экзамена.

Деканом факультета совместно с заведующими кафедрами определяются конкретные сроки ликвидации задолженностей с составлением расписания.

Если в период, определённый студенту деканом факультета для ликвидации задолженности, преподаватель кафедры отсутствует в вузе, то заведующий кафедрой может либо перенести срок ликвидации задолженности (по согласованию с деканатом) на более поздний период, либо поручить приём задолженности другому преподавателю кафедры.

Студентам, переведенным в РМАТ из других вузов, восстановленным в РМАТ после перерыва в учёбе или возвратившимся из академического отпуска, сроки ликвидации задолженностей (если таковые имеются) устанавливаются деканом факультета.

3.24 Пересдача неудовлетворительной оценки (отметки) одному и тому же экзамену (зачету) допускается не более двух раз. Пересдача неудовлетворительной оценки (отметки) по экзамену (зачету) в последний раз осуществляется в присутствии комиссии в составе не менее трех человек из числа преподавателей кафедры и представителя деканата, назначаемой деканом факультета (председателем комиссии является декан или его заместитель).

Результат пересдачи неудовлетворительной оценки (отметки) вносится в ведомость, которая регистрируется в деканате.

3.25 Повторная сдача экзамена с целью повышения положительной оценки разрешается в исключительных случаях ректором РМАТ (или проректором по учебно-методической работе) по письменному заявлению студента и представлению декана факультета.

3.26 Студенты, не сдавшие в сессию экзамены и зачёты по трём и более дисциплинам, не ликвидировавшие академические задолженности в установленные ректором (деканом факультета) сроки, отчисляются из вуза.

3.27 Студентам, не ликвидировавшим задолженность в установленный срок по уважительной причине, может быть предоставлен академический отпуск в установленном порядке.

3.28 Результаты промежуточной аттестации и предложения по совершенствованию учебного процесса после сессии выносятся на обсуждение кафедр, УМС, Совета факультета и Учёного совета РМАТ.

Автор-составитель: Алилуйко Е.А., к.п.н., декан факультета менеджмента туризма РМАТ

Утверждено на заседании Учебно-методического совета РМАТ
Протокол № _____ от « _____ » _____ 2013 г.