

## **Модуль 1. Введение в экономику организации**

*Цели и задачи модуля* — освоение базовых понятий экономики организации и формирование навыков их практического применения.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь:* анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

*В результате освоения программы обучающийся должен знать:* методы оценивания воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, специфику анализа рыночных и специфических рисков.

Тема 1. Основные экономические показатели деятельности предприятия

Тема 2. Фирма в условиях совершенной конкуренции

Тема 3. Совершенно конкурентная отрасль

Тема 4. Функционирование рынков товаров и услуг

## **Модуль 2. Организация как объект управления**

*Цели и задачи модуля* — изучение системных особенностей структуры и функционирования организации, формирование представления о жизненном цикле организации, ОСУ, а также умений и навыков, связанных с анализом факторов внутренней и внешней среды.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Тема 1. Определение, понятие и признаки организации

Тема 2. Сравнительная характеристика больших и малых организаций

Тема 3. Внутренняя среда организации

Тема 4. Внешняя среда организации

### **Модуль 3. Содержание функций управления**

*Цели и задачи модуля* — формирование устойчивых знаний об основных функциях менеджмента, а также навыков, связанных с практической реализацией данных функций.

*В результате освоения программы обучающийся должен владеть* навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ; проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществление мероприятия

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

Тема 1. Введение. Функции процесса управления

Тема 2. Планирование

Тема 3. Организация

Тема 4. Мотивация

Тема 5. Контроль

### **Модуль 4. Основы маркетинга**

*Цели и задачи модуля* — изучение основных понятий маркетинга, задач маркетинговой деятельности и методов оценки ее эффективности, принципов сегментирования рынков, классификации рынков, потребителей, товаров и услуг.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* методы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

Тема 1. Введение. Маркетинг как наука и практическая сфера деятельности

Тема 2. Типология и сегментация рынков

Тема 3. Покупательское поведение потребителей

Тема 4. Товар и стратегии его реализации

Тема 5. Ценовая политика в маркетинге

Тема 6. Маркетинговые коммуникации продвижения товара

Тема 7. Управление в маркетинге

## **Модуль 5. Психология делового общения**

*Цели и задачи модуля* — освоение основных видов деловых коммуникаций, принципов делового общения, делового этикета для реализации полученных навыков на практике.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* различные способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

Тема 1. Понятие и сущность общения

Тема 2. Виды и типы делового общения

Тема 3. Общение как коммуникация

Тема 4. Формы делового общения. Деловая беседа

Тема 5. Деловые переговоры

## **Модуль 6. Управление конфликтами в деловой сфере**

*Цели и задачи модуля* — усвоение структуры конфликтов, а также стратегий поведения в конфликтных ситуациях в сфере делового общения.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* способы организации и поддержания связи с деловыми партнерами, при условии использования системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

Тема 1. Определение конфликта. Структурная модель конфликта. Причины, условия и функции конфликта.

Тема 2. Динамическая модель конфликта. Этапы и фазы конфликта.

Тема 3. Управление конфликтом.

Тема 4. Стратегии и тактики поведения в конфликте.

## **Модуль 7. Туристско-рекреационные ресурсы**

*Цели и задачи модуля* — формирование целостного представления о современной мировой туристической индустрии.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* разъяснить клиенту особенности и основное содержание того или иного вида туризма,

рекреации, подобрать рациональное для клиента направление отдыха, оценить степень нагрузок на туристические и рекреационные ресурсы региона.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* содержание понятий туристической индустрии, рекреационных ресурсов, виды туризма, наиболее значимые туристические и рекреационные мировые ресурсы и достопримечательности, специфику наиболее популярных направлений отдыха.

Тема 1. Рекреационные и туристские ресурсы: понятия, особенности, классификации, свойства.

Тема 2. Оценка ресурсов для развития туризма и рекреации

Тема 3. Экологический туризм

## **Модуль 8. Экономика туризма**

*Цели и задачи модуля* — формирование способности оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь:* анализировать материально-техническую базу туризма конкретного региона, вести профессиональную деятельность в составе турфирм, выбирать оптимальные для клиента транспортные маршруты, пакеты экскурсионных, гостиничных и пр. услуг, анализировать текущее состояние рынка туристических услуги прогнозировать его динамику, оценивать экономическую эффективность и показатели развития туризма в регионе.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать:* уровни экономики туризма, понятие туристического продукта, его структуру, принципы функционирования туротрасли, экономический механизм функционирования туристического рынка.

Тема 1. Введение в экономику туризма и курортного дела.

Тема 2. Структура и функционирование туристской отрасли.

Тема 3. Туристский рынок.

Тема 4. Экономическая эффективность и показатели развития туризма.

## **Модуль 9. Основы предпринимательской деятельности**

*Цели и задачи модуля* — формирование навыков координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* выделять объекты и участников предпринимательской деятельности, анализировать проблемы развития малого предпринимательства, реализовывать механизм создания предприятия (организации), организовывать управление организацией в соответствии с теорией и практикой отрасли.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* понятие, сущность, функции предпринимательства, организационно-правовые формы предпринимательства.

Тема 1. Предпринимательство: понятие, сущность, функции.

- Тема 2. Объекты и участники предпринимательской деятельности.
- Тема 3. Организационно-правовые формы предпринимательства.
- Тема 4. Малое предпринимательство и проблемы его развития.
- Тема 5. Механизм создания предприятия.
- Тема 6. Организация управления предприятием.
- Тема 7. Риски в предпринимательской деятельности.
- Тема 8. Этика и этикет в предпринимательстве.
- Тема 9. Корпоративная культура предприятия.
- Тема 10. Особенности делового общения.

## **Модуль 10. Рекламная деятельность в туризме**

*Цели и задачи модуля* — формирование навыков разработки и реализации рекламной политики организации.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь:* включать рекламу организации в системе маркетинговых коммуникаций, применять основные средства коммуникаций, используемые в рекламных целях, оценивать эффективность различных видов рекламы для туристического бизнеса, использовать различные виды рекламы, организовывать и планировать рекламную деятельность в курортном деле и туризме, осуществлять контроль и регулирование рекламной деятельности.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать:* основные этапы развития рекламы, основные средства рекламы, основные принципы планирования, организации, регулирования рекламной деятельности в курортном деле и туризме.

- Тема 1. Основные этапы развития рекламы
- Тема 2. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций
- Тема 3. Основные средства коммуникации, используемые в рекламных целях
- Тема 4. Средства рекламы
- Тема 5. Организация и планирование рекламной деятельности в курортном деле и туризме
- Тема 6. Контроль и регулирование рекламной деятельности в курортном деле и туризме

## **Модуль 11. Техники и технологии туристического бизнеса**

*Цели и задачи модуля* — освоение прогрессивных технологий обслуживания клиентов туристического бизнеса.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь:* обустривать помещения для организации обслуживания на предприятиях питания, применять современные тенденции в дизайне для создания интерьеров залов предприятий питания; выстраивать деловые отношения с туроператорами, работать с договорами, путевками, ваучерами на обслуживание туристов, организовывать работу основных служб гостиничного комплекса.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать:* особенности обслуживания на предприятиях общепита различных типов, класс обслуживания в гостиницах, разновидности туров, особенности их комплектования.

- Тема 1. Методы, формы и технология обслуживания на предприятиях общественного питания в туристическом, гостиничном и курортном бизнесе
- Тема 2. Особенности обслуживания на предприятиях общественного питания различных типов в туристическом, гостиничном и курортном бизнесе
- Тема 3. Прогрессивные технологии обслуживания
- Тема 4. Помещения для организации обслуживания на предприятиях питания, их характеристика и оснащение в туристическом, гостиничном и курортном бизнесе
- Тема 5. Интерьеры залов предприятий питания в туристическом, гостиничном и курортном бизнесе
- Тема 6. Оборудование залов предприятий питания
- Тема 7. Этапы организации обслуживания
- Тема 8. Обслуживание в гостиницах
- Тема 9. Виды туризма и классы обслуживания
- Тема 10. Нормативная база и требования к предприятиям питания для обслуживания туристов
- Тема 11. Договоры, путевки и ваучеры на обслуживание иностранных туристов
- Тема 12. Туроператоры как потребители современных технологий: сущность, функции и классификации
- Тема 13. Технология взаимодействия туроператоров и турагентств: основные этапы
- Тема 14. Турагентства как потребители современных технологий: понятие, функции и разновидности
- Тема 15. Разновидности туров. Особенности их комплектования
- Тема 16. Туристская документация
- Тема 17. Структура турфирмы
- Тема 18. Виды техники, применяемые для оптимизации работы турфирмы (функции, основные виды операций).
- Классификация офисных устройств
- Тема 19. Работа основных служб гостиничного комплекса.

## **Модуль 12. Документационное обеспечение управления туризмом**

*Цели и задачи модуля* — формирование навыков документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь:* оформлять реквизиты документов, подбирать необходимые для деятельности организации бланки документов, составлять служебные документы с учетом особенностей языка и стиля, систематизировать и комплектовать документацию, осуществлять служебную переписку, организовывать документооборот, регистрировать документы, организовывать их хранение, обеспечивать сохранность.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать:* основные направления документационного обеспечения туристического бизнеса, свойства, функции, признаки документа, принципы стандартизации и унификации документов в туристическом бизнесе.

- Тема 1. Основные понятия документационного обеспечения управления в туристическом бизнесе
- Тема 2. Основные свойства, функции и признаки документа

- Тема 3. Стандартизация и унификация документов в туристическом бизнесе
- Тема 4. Правила оформления реквизитов документов
- Тема 5. Бланки документов
- Тема 6. Особенности языка и стиля служебных документов
- Тема 7. Системы и комплексы документов
- Тема 8. Организационно-правовые документы
- Тема 9. Распорядительные документы
- Тема 10. Информационно-справочные документы
- Тема 11. Служебная переписка
- Тема 12. Документация по личному составу
- Тема 13. Организация службы документационного обеспечения управления
- Тема 14. Организация документооборота
- Тема 15. Регистрация документов и информационно-справочная работа
- Тема 16. Особенности работы с делами, содержащими коммерческую тайну
- Тема 17. Организация хранения документов и обеспечение их сохранности.

### **Модуль 13. История курортного дела и туризма**

*Цели и задачи модуля* — формирование теоретических знаний и практических навыков об особенностях исторического и современного состояния курортного дела и туризма.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* анализировать исторические источники по проблемам истории курортного дела и туризма, изучать научную и научно-популярную литературу, применять полученные знания в профессиональной деятельности.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* предпосылки возникновения и развития путешествий, основные исторические этапы развития туризма и туристического бизнеса, особенности развития туризма в настоящее время и его перспективы.

- Тема 1. Предпосылки возникновения и развития путешествий.
- Тема 2. Путешествия в Древней Греции.
- Тема 3. Туризм в Древнем Риме.
- Тема 4. Походы и путешествия Средневековья. Паломничество и Крестовые походы.
- Тема 5. Средневековые традиции оказания услуг для путешественников в Европе.
- Тема 6. Развитие туризма в XIII - XVII вв. Эпоха Возрождения.
- Тема 7. Разновидности путешествий в новое и новейшее время.
- Тема 8. Развитие путешествий в XIX – начале XX в. Первые туристские организации.
- Тема 9. Развитие туристско-экскурсионной деятельности в Российской империи (XVIII- начале XX в.).
- Тема 10. Первые горные клубы в России.
- Тема 11. Генезис международного туризма в XX в. Всемирные туристские организации и международные документы в сфере туризма.
- Тема 12. Туризм XX века: развитие транспорта и новых видов туризма.
- Тема 13. Туристско-экскурсионное дело в СССР.
- Тема 14. Туризм на современном этапе.

## Модуль 14. Маркетинговые исследования

*Цели и задачи модуля* — приобретение теоретических и практических знаний о маркетинговых исследованиях, понимание их роли и значения в процессе управления хозяйствующим субъектом, освоение методов и приемов комплексного исследования рыночной ситуации.

*В результате освоения программы обучающийся должен уметь* организовывать работу отдела маркетинговых исследований, составлять программу статистического наблюдения, осуществлять мониторинг внешней и внутренней среды организации, применять в практической деятельности случайные и неслучайные методы определения выборки, количественные и качественные методы сбора данных, проводить их анализ и составлять отчет.

*В результате освоения программы обучающийся должен знать* цели, характер, этапы проведения маркетинговых исследований.

Тема 1. Маркетинговая информационная система.

Тема 2. Организация маркетинговых исследований.

Тема 3. Определение целей маркетинговых исследований.

Тема 4. Выборочное и сплошное обследование: основные понятия и характеристика.

Тема 5. Вероятностные (случайные) методы отбора.

Тема 6. Невероятностные (неслучайные) методы отбора.

Тема 7. Количественные и качественные методы сбора данных.

Тема 8. Анализ качественных данных.

Тема 9. Отчет о результатах качественных исследований.