

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра коммерции и маркетинга факультета управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса

Образовательная программа
38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг в туризме

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки» (магистратура)38.04.02 Менеджмент от«30»марта 2015г. №322.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Пайзуллаева З.К., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры коммерции и маркетинга от « 30» августа 2018г.,

протокол № 1


Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.

(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от « 31» августа 2018г., протокол № 1

Председатель  Гашимова Л.Г.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «31» августа 2018г. 

(подпись)

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1. Цели освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Объем дисциплины	6
4.2. Структура дисциплины.	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).	7
5. Образовательные технологии.....	8
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	9
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	12
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	12
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	Ошибка! Закладка не определена.
7.3. Типовые контрольные задания	13
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.	21
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.	24
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	24
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	25
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	25
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	25

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями качества товара и услуг как критериев его конкурентоспособности; с методикой оценки уровня качества товаров и услуг.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-4, ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза мен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					консульт ации		
	Все го	из них						
Лекц ии	Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР					
9	72	6		18			48	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» является изучение и получение магистрантами знаний в области методов оценки качества услуг туристической индустрии и конкурентоспособности туристического бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» базируется на знаниях современных проблем менеджмента и маркетинга.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-4	Способностью использовать количественные и качественные для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.	<p>Знает: классификацию факторов, влияющих на конкурентоспособность туристического бизнеса;</p> <p>Умеет: разрабатывать и внедрять стандарты качества комплексного туристского обслуживания потребителей</p> <p>Владеет: навыками по проведению анализа конкурентных возможностей туристического бизнеса;</p>
ПК-7	Способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.	<p>Знает: принципы развития и закономерности функционирования конкурентоспособной организации</p> <p>Умеет: проводить системный анализ конкурентного рынка туристских услуг с целью эффективного функционирования туристской индустрии и удовлетворения запросов потребителей;</p> <p>Владеет: методами оценки конкурентоспособности туристического предприятия;</p>

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1: Методы разработки системы менеджмента качества в туристских организациях									
1	Тема 1.1. Методы разработки системы менеджмента качества в туристских организациях	9	1,2	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг. Приглашение специалистов туристской индустрии	9	3,4	2	2			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема 1.3. Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг				2				Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<i>Итого по модулю 1:</i>		36		4	8			24	тестирование
Модуль 2: Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии									
4	Тема 2.1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий	9	5,6	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг	9	7,8		6			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка

	в туристской индустрии								конспекта.
	<i>Итого по модулю3:</i>	36		2	10			24	тестирование
	ИТОГО:	72		6	18			48	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1: Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях

Тема 1.1. Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях

Разработка и внедрение систем качества на предприятиях: организационная структура, обязанности и полномочия персонала, ресурсы, рабочие процедуры, документация.

Тема 1.2. Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг. Приглашение специалистов туристкой индустрии.

Роль стандартизации в управлении качеством услуг. Сертификация услуг и систем качества. Взаимоотношения субъектов и объектов сертификации. Международные, европейские и российские системы сертификации услуг. Процедура сертификации услуг в туризме.

Тема 1.3. Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг

Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности. Методика оценки уровня качества товаров и услуг. Социальная адресность и её формирование.

Понятие и значение цены потребления как критерия конкурентоспособности товара и услуг. 8 вариантов конкурентных стратегий при изменении качества и цены услуг в туризме.

Модуль 2: Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии

Тема 2.1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий

Особенности оценки конкурентоспособности услуг и формирования номенклатуры критериев оценки. Интегральный показатель конкурентоспособности туристского предприятия. Инструменты управления конкурентоспособностью туристского предприятия. Пути повышения конкурентоспособности предприятий туристской отрасли.

Тема 2.2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии

Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности. Методика оценки уровня качества товаров и услуг. Социальная адресность и её формирование.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1: Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях

Тема 1.1. Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях

1. Разработка и внедрение систем качества на предприятиях.
2. Организационная структура
3. Обязанности и полномочия персонала, ресурсы, рабочие процедуры, документация.

Тема 1.2. Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг. Приглашение специалистов туристской индустрии.

1. Роль стандартизации в управлении качеством услуг.
2. Сертификация услуг и систем качества.
3. Взаимоотношения субъектов и объектов сертификации.
4. Международные, европейские и российские системы сертификации услуг.
5. Процедура сертификации услуг в туризме.

Тема 1.3. Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг

1. Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности.
2. Методика оценки уровня качества товаров и услуг.
3. Социальная адресность и её формирование.
4. Понятие и значение цены потребления как критерия конкурентоспособности товара и услуг.
5. 8 вариантов конкурентных стратегий при изменении качества и цены услуг в туризме.

Модуль 2: Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии

Тема 2.1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий

1. Особенности оценки конкурентоспособности услуг и формирования номенклатуры критериев оценки.
2. Интегральный показатель конкурентоспособности туристского предприятия. Инструменты управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
3. Пути повышения конкурентоспособности предприятий туристской отрасли.

Тема 2.2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии

1. Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности.
2. Методика оценки уровня качества товаров и услуг.
3. Социальная адресность и её формирование.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение ситуационных задач;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Инновации в социально-культурной сфере и туризме» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 1.2. Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг.	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и

Приглашение специалистов туристкой индустрии.	реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	упражнений
Тема 1.3. Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 2.1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 2.2. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач оценке методов проведения исследований	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить два реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по формированию рыночных стратегий, комплекса маркетинга, организационных

структур управления и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Тематика рефератов:

1. Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях
2. Разработка и внедрение систем качества на предприятиях.
3. Организационная структура, обязанности и полномочия персонала, ресурсы, рабочие процедуры, документация.
4. Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг. Приглашение специалистов туристской индустрии.
5. Роль стандартизации в управлении качеством услуг.
6. Сертификация услуг и систем качества.
7. Взаимоотношения субъектов и объектов сертификации.
8. Международные, европейские и российские системы сертификации услуг.
9. Процедура сертификации услуг в туризме.
10. Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг
11. Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности. .
12. Понятие и значение цены потребления как критерия конкурентоспособности товара и услуг.
13. 8 вариантов конкурентных стратегий при изменении качества и цены услуг в туризме.
14. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии
15. Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий
16. Особенности оценки конкурентоспособности услуг и формирования номенклатуры критериев оценки.
17. Интегральный показатель конкурентоспособности туристского предприятия.
- Инструменты управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
18. Пути повышения конкурентоспособности предприятий туристской отрасли.
19. Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности.
20. Методика оценки уровня качества товаров и услуг.
21. Социальная адресность и её формирование.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).

3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура
-------------	------------------------	-----------

		освоения
ПК-4	<p>Знает: классификацию факторов, влияющих на конкурентоспособность туристического бизнеса;</p> <p>Умеет: разрабатывать и внедрять стандарты качества комплексного туристского обслуживания потребителей</p> <p>Владеет: навыками по проведению анализа конкурентных возможностей туристического бизнеса;</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
ПК-7	<p>Знает: принципы развития и закономерности функционирования конкурентоспособной организации</p> <p>Умеет: проводить системный анализ конкурентного рынка туристских услуг с целью эффективного функционирования туристской индустрии и удовлетворения запросов потребителей;</p> <p>Владеет: методами оценки конкурентоспособности туристического предприятия.</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Образец тестового задания по первому модулю

Модуль 1

Вариант 1.

1. Какой тип развития характеризуется выявлением и увеличением уже имеющихся ресурсов?

- a) интенсивный
- b) экзогенный
- c) экстенсивный
- d) эндогенный

2. Какое из приведенных суждений является ОШИБОЧНЫМ?

- a) для отраслей *hi-tech* характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среда, творческий подход к применению новых продуктов
- b) развитие организации за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития
- c) демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги
- d) устойчивое развитие предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов

3. Что означает понятие "внешняя эффективность"?

- a) эффективная система мотивации персонала
- b) производство товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества
- c) целенаправленная инновационная деятельность
- d) эффективная организация всех процессов в организации в соответствии с современными принципами и подходами управления
- e) эффективная система продвижения продукта/услуги на рынок

4. Что является критерием инновации?

- a) Новая ценность, изменения во внешней среде
- b) Уровень изменений в обществе (базовые ценности, стиль жизни и т.д.)
- c) Новое богатство и новый потенциал действия во всех сферах человеческой деятельности
- d) Интересы клиентов и формирование новых потребностей

5. Выделите положения, характеризующие ключевые компетенции организации.

- a) обеспечивают корпоративное выживание в краткосрочном и долгосрочном периодах
- b) «невидимы» для конкурентов и трудновоспроизводимы
- c) основаны на использовании опыта других организаций
- d) играют существенную роль при принятии стратегически важных решений, ценных с социальной и рыночной точек зрения
- e) играют решающую роль в совершенствовании основных продуктов и услуг

6. Выделите «Четыре C потребителя»:

- a) цена
- b) продукт
- c) коммуникации
- d) место
- e) удобство
- f) решение клиента
- g) издержки потребителя

h) обстановка

i) люди

7. Какой показатель указывается на оси абсцисс (X) при построении жизненного цикла технологии на рынке?

a) Затраты

b) Время

c) Результативность технологии

d) Прибыль

e) Объем реализации продукции или услуг, произведенных на основе данной технологии

8. Что следует предпринять организации на этапе насыщения рынка?

a) Применение активных приемов стимулирования

b) Разработка модификаций продукта

c) Выход на новый сегмент рынка

d) Выход на новый рынок

e) Защита прав на объекты интеллектуальной собственности

f) Проведение рекламы напоминающего характера

9. Какое из действий необходимо осуществить, если продукт вступил в этап "упадка" своего жизненного цикла?

a) расширение научно-исследовательских работ по совершенствованию продукта

b) увеличение затрат на рекламу

c) закупка нового оборудования для выпуска данной продукции

d) серьезный анализ уровня издержек

10. Какое понятие характеризует «критические технологии»?

a) Технологии, созданные для обеспечения обороноспособности государства и передаваемые в гражданскую сферу

b) Технологии, в разработке которых необходимо осуществить переход на более высокий научно-технический уровень в целях обеспечения развития комплексных технологий

c) Технологии, представляющие собой совокупность технических и технологических процессов по созданию определенного вида продукции с заданными параметрами

Вариант 2

1. Какая из приведенных характеристик относится к инновационному процессу?

a) четкое разделение прав и полномочий

b) нормативы и стандарты разработаны

c) тип процесса – дискретный

d) достижение цели - в соответствии с оперативным планом

2. Какие из утверждений ОШИБОЧНЫЕ?

- a) Использование средств спонсора для проведения фестиваля относится к эндогенному типу развития
- b) Заккрытие какой-либо специальности в вузе является примером развития
- c) Устойчивое развитие – модель движения вперед при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей существующего поколения без лишения такой возможности будущих поколений
- d) Для высокотехнологичных отраслей характерны развитая практика копирования и длительный жизненный цикл
- e) Образование, культура, здравоохранение относятся к сектору отраслей повышенного спроса на новые знания и технологии

3. Какое из приведенных суждений является ОШИБОЧНЫМ?

- a) для отраслей *hi-tech* характерны короткий жизненный цикл, развитая практика копирования, размытая конкурентная среда, творческий подход к применению новых продуктов
- b) развитие организации за счет использования опыта лидеров отрасли относится к экзогенному типу развития
- c) демографические изменения в обществе влияют на изменение спроса на продукцию и услуги
- d) устойчивое развитие предполагает экономический рост за счет интенсивного использования природных ресурсов

4. Как может быть защищен логотип туристической фирмы?

- a) как изобретение
- b) как полезная модель
- c) как промышленный образец
- d) как товарный знак
- e) как наименование места происхождения товара
- f) как фирменное наименование

5. Выделите критерии патентоспособности промышленного образца

- a) новизна
- b) изобретательский уровень
- c) оригинальность
- d) промышленная применимость
- e) применение новых элементов в известном образце

6. Выделите объекты, относящиеся к объектам авторского права и смежных прав?

- a) открытие
- b) товарный знак
- c) фирменное наименование
- d) наименование места происхождения товара
- e) изобретение

- f) программа для ЭВМ и база данных
- g) промышленный образец
- h) научная статья
- i) мультяшный образ

7. Отметьте, что необходимо указать при регистрации фирменного наименования?

- a) организационно-правовую форму
- b) организационную структуру
- c) предмет деятельности
- d) личность владельца или собственники предприятия
- e) произвольное название
- f) руководителя предприятия
- g) вид предприятия

8. Лицензия, выдаваемая лицензиаром другому лицу на право предоставления услуг под товарным знаком лицензиара и при его технологической поддержке - это...?

- a) полная лицензия
- b) исключительная лицензия
- c) франшизная лицензия
- d) параллельная лицензия

9. От каких факторов зависит продолжительность этапа выведения нового продукта или услуги на рынок?

- a) Информированность потребителей
- b) Доля новаторов среди потребителей
- c) Копирование конкурентами новинки
- d) Скорость выхода на новые сегменты рынка
- e) Наличие недостатков, выявленных в процессе реализации и эксплуатации новинки

Модуль 2

Вариант 1

1. Что означает формирование стратегии развития организации на основе экстраполяции?

- a) Перенос тенденций, сложившихся в прошлом, на будущий период
- b) Оценка потенциала организации и определение будущего на основе возможностей и угроз
- c) Прогноз будущих тенденций развития внешней среды
- d) Факторный анализ внешней и внутренней среды организации

2. В чем смысл защитной стратегии?

- a) Сознательное замедление вывода нового товара/услуги на рынок и ожидание, когда это сделает лидер
- b) Осуществление исследований и обновление ассортимента и услуг в той степени, которая соответствует среднеотраслевому уровню
- c) Производство товара или услуги, сочетающих свойства нескольких товаров/услуг
- d) Стратегия ежедневного, ежечасного улучшения осуществляемых процессов

3. Предприятие обладает квалифицированным персоналом, но ограниченными ресурсами, руководство не склонно к риску. Как Вы думаете, какой инновационной стратегии предприятию следует придерживаться?

- a) оборонительной
- b) наступательной
- c) стратегии сравнительных преимуществ
- d) стратегии выживания

4. Расчет какого показателя эффективности проекта здесь приведен?

$$PI = \frac{1}{I} \times \sum_{t=0}^T \frac{NCF_t'}{(1+D)^t}$$

- a) индекс доходности
- b) чистый дисконтированный доход
- c) внутренняя норма доходности
- d) срок окупаемости
- e) норма дисконта

5. Какой из перечисленных факторов будет главным при определении судьбы проекта?

- A. проект соответствует отношению предприятия к риску
- B. у организации имеются все необходимые ресурсы для осуществления проекта
- C. негативное общественное мнение о проекте
- D. ожидается приемлемая для организации норма прибыли по проекту

6. Выделите характеристики лидера

- a) Мотивирует персонал на выполнение текущих заданий
- b) Занимается планированием текущих операций
- c) Организует работу персонала по выполнению плановых заданий
- d) Располагает к себе людей и уделяет большое внимание общению
- e) Власть делегируется снизу
- f) Получает полномочия сверху
- g) Формирует видение будущего и вырабатывает стратегии его достижения

7. К какому виду обучения относятся «игры»?

- a) Инновационное обучения
- b) Сохраняющее обучение
- c) Одна из форм переподготовки персонала

8. Какие виды работ включает фаза начала проекта?

- a) Обеспечение отчетности, управление общественными взаимоотношениями, спецификация продукции/услуг, управление организационной структурой, управление заключением контрактов, определение статуса проекта, ревизия, управление составом участников
- b) Анализ внешней среды проекта, анализ участников, определение целей, выявление ограничений и оценка сложности, выбор критериев успешного завершения проекта, рассмотрение различных вариантов проекта и анализ риска, назначение цен, заключение контракта
- c) Изменение оценки целей, изменение основных договоров, управление требованиями к проекту, управление изменениями

Вариант 2

1. Выделите действия, которые вызывают сопротивление персонала изменениям.

- a) Перемены должны инициироваться «сверху»
- b) Пропаганда необходимости изменений
- c) Нежелание руководства иметь дело с непопулярными проблемами
- d) Нежелание персонала выполнять рутинную работу
- e) Отсутствие уважения и доверия к лицу, содействующему осуществлению изменений

2. Каким образом соотносятся изменения в людях и в организациях

- a) Человек меняется одновременно с осуществляемыми в организации переменами
- b) Циклы перестройки в людях и в организации могут и не совпадать, происходить даже в разные периоды времени
- c) Несмотря на различие в циклах, они практически не влияют на скорость и успешность изменений, осуществляемых в организации

3. Выделите фундаментальные положения, на которых базируется концепция управления отношениями с клиентами:

- a) Понимание потребительского поведения клиентов
- b) Проведение активной рекламной кампании
- c) Распространение информации о клиентах в масштабах всей организации
- d) Предоставление любому клиенту сервиса высшего уровня
- e) Повышение операционной эффективности с целью снижения расходов

4. Что свойственно концепции «клиент, управляющий отношениями» (CMR)

- a) Деятельность и процессы организованы вокруг продуктов и услуг компании
- b) Знает и понимает уникальные потребности клиента
- c) Позволяет клиенту сообщать организации, что для него действительно важно
- d) Клиент чувствует, что обладает полномочиями и властью

5. Каким термином характеризуется ситуация «...позволяет конечному пользователю активно участвовать в создании продукта или услуги и советовать его производителям, что им нужно делать. Клиенты даже могут выбирать уровень сервиса, который лучше всего соответствует их потребностям»?

- a) Персонализация
- b) Индивидуализация
- c) Информационная технология

6. Какой способ сбора данных о потребностях клиента предполагает активное вовлечение потенциальных клиентов в процесс формирования новой услуги или продукта?

- a) Интернет-сообщество
- b) Опрос клиентов по телефону
- c) Сбор предложений о том, что хотел бы получить клиент в процессе обслуживания
- d) Применение SMS-технологий

7. Выделите вопросы, которые позволяют оценить, в какой степени клиенты взаимодействуют с организацией?

- a) Насколько организация уязвима для конкурентов?
- b) Каковы частота и интенсивность разговоров сотрудников организации с клиентами?

- с) Легко ли клиентам получить от организации необходимую им информацию?
 - d) Как много готовы потребители рассказать организации о своих предпочтениях, потребностях и желаниях?
 - e) Знает ли организация, как можно выйти на тех клиентов, которые больше всего удовлетворены качеством обслуживания?
8. Выделите положения, характеризующие проект.
- a) благоприятное отношение различных групп к проекту;
 - b) строгие и обоснованные цели;
 - c) строгая заданность всех работ;
 - d) неизбежность различных конфликтов;
 - e) определенные сроки начала и окончания работ;
 - f) ограниченные ресурсы;
 - g) наличие внутренних и внешних взаимосвязей операций, задач и ресурсов.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

- 22.Методология разработки системы менеджмента качества в туристских организациях
- 23.Разработка и внедрение систем качества на предприятиях.
- 24.Организационная структура, обязанности и полномочия персонала, ресурсы, рабочие процедуры, документация.
- 25.Роль стандартизации и сертификации в управлении качеством услуг. Приглашение специалистов туристской индустрии.
- 26.Роль стандартизации в управлении качеством услуг.
- 27.Сертификация услуг и систем качества.
- 28.Взаимоотношения субъектов и объектов сертификации.
- 29.Международные, европейские и российские системы сертификации услуг.
- 30.Процедура сертификации услуг в туризме.
- 31.Конкурентоспособность туристской отрасли. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг
- 32.Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности. .
- 33.Понятие и значение цены потребления как критерия конкурентоспособности товара и услуг.
- 34.8 вариантов конкурентных стратегий при изменении качества и цены услуг в туризме.
- 35.Критерии конкурентоспособности товаров и услуг в туристской индустрии
- 36.Методические подходы к оценке конкурентоспособности туристских предприятий
- 37.Особенности оценки конкурентоспособности услуг и формирования номенклатуры критериев оценки.
- 38.Интегральный показатель конкурентоспособности туристского предприятия.
Инструменты управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
- 39.Пути повышения конкурентоспособности предприятий туристской отрасли.
- 40.Качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности.
- 41.Методика оценки уровня качества товаров и услуг.
- 42.Социальная адресность и её формирование.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»

или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Баранчеев, Владислав Петрович. Управление инновациями : учеб. для бакалавров / Баранчеев, Владислав Петрович, Н. П. Масленникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 710, [1] с. - (Бакалавр). - ISBN 978-5-9916-1442-9 : 481-80.

Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL: Автор заказа: Исаев М.Г. Приоритет заказа: Избербашский филиал (5); Аб.экономических наук (30) 26 Нет Гулиев, Н.А.

Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг : учебное пособие / Н. А. Гулиев ; Н. А. Гулиев, Б. К. Смагулов ; Российская акад. образования, Московский психолого-социальный ин-т. - М. : Флинта, 2017, 2011. - 240 с. - ISBN 978-5-9765-0111-9. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), Университетская библиотека ONLINE URL: 0 Да

2. Гурьянова Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.А. Гурьянова, Л.А. Зуева, Л.А. Родигин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2010. — 136 с. — 978-5-9718-0464-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30149.html>

б) дополнительная литература:

Гулиев, Н.А. Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг : учебное пособие / Н. А. Гулиев ; Н. А. Гулиев, Б. К. Смагулов ; Российская акад. образования, Московский психолого-социальный ин-т. - М. : Флинта, 2017, 2011. - 240 с. - ISBN 978-5-9765-0111-9. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), Университетская библиотека ONLINE URL:

http://нэб.рф/catalog/000199_000009_006528794/,
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93436>

2. Изотова, Маргарита Александровна. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме / Изотова, Маргарита Александровна, Ю. А. Матюхина. - М. : Сов. спорт, 2006. - 223 с. - ISBN 5-9718-0164-3 : 120-01. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93436>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2010 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «**Методы оценки конкурентоспособности туристического бизнеса**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов. Особое внимание следует обратить на конкурентоспособность туристской отрасли, конкурентные стратегии на рынке туристского бизнеса.

Овладение дисциплины поможет студентам изучить качество товара и услуг как критерий его конкурентоспособности, понятие и значение цены потребления как критерия конкурентоспособности товара и услуг в туристическом бизнесе.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям. Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Выполнение практических заданий способствует более глубокому изучению методов оценки конкурентоспособности туристического бизнеса как мобильно развивающуюся область сервиса. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы. Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в различных журналах.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.