

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 07.09.2024 16:42:49

Уникальный идентификатор:

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

**Б1.В.02 Бенчмаркетинг в индустрии
гостеприимства**

по направлению подготовки

43.04.03 Гостиничное дело

по профилю подготовки (специализации)

Гостиничная деятельность

квалификация (степень) выпускника

магистр

форма обучения

Очная, Заочная,

год начала подготовки

2024

Майкоп



Составитель рабочей программы: доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма, доц., канд. экон. наук <small>(должность, ученое звание, степень)</small>	Подписано простой ЭП 13.08.2024 <hr/> <small>(подпись)</small>	<u>Ханахок Зарема Аюбовна</u> <small>(Ф.И.О.)</small>
---	--	--

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:
Маркетинга, сервиса и туризма

(название кафедры)

Заведующий кафедрой: 14.08.2024	Подписано простой ЭП 14.08.2024 <hr/> <small>(подпись)</small>	<u>Кумпилова Анжелика Руслановна</u> <small>(Ф.И.О.)</small>
------------------------------------	--	---

Согласовано:

Руководитель ОПОП заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) 14.08.2024	Подписано простой ЭП 14.08.2024 <hr/> <small>(подпись)</small>	<u>Кумпилова Анжелика Руслановна</u> <small>(Ф.И.О.)</small>
---	--	---



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель учебной дисциплины – формирование у магистров теоретических знаний в области организации и проведения бенчмаркетинга на предприятиях индустрии туризма и общественного питания, умение применять полученные знания на практике, выработка умений и навыков внедрения и использования инструментов бенчмаркинга с учетом их особенностей.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- раскрыть теоретические основы бенчмаркинга: сущность бенчмаркинга, история развития бенчмаркинга, его особенности;
- изучение видов бенчмаркинга: конкурентный бенчмаркинг, бенчмаркинг лояльности клиентов, функциональный бенчмаркинг, стратегический бенчмаркинг.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений и направлена на изучение услуг конкурента с услугами организации, в результате которого разрабатываются пути улучшения качества предоставляемых услуг, как следствие, – повышается уровень конкурентоспособности последнего.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Развитие информационных систем в гостеприимстве и туризме», «Формирование производственной концепции и внедрение технологических инноваций в сферу гостеприимства и общественного питания», «Управление процессами деятельности в сфере гостеприимства» и др.

Дисциплина «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства» изучается параллельно с такими дисциплинами как: «Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания», «Антикризисное управление гостиничного предприятия», «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства», и др.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-4.1	Осуществляет выбор и обоснование перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства
ПКУВ-4.2	Разрабатывает стратегический план внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства
ПКУВ-4.3	Использует современные информационно-коммуникационные средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства
УК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
УК-1.2	Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению
УК-1.3	Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 2	Сем. 3	1	15	30	0.35	35.65	63	144	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количес тво)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАт	Контроль		
Курс 2	Сем. 4	1	8	10	0.35	8.65	117	144	4



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3	Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	1-2	2		4				8		Блиц-опрос Тестирование
3	Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	3-4	2		4				8		Блиц-опрос Тестирование
3	Организация бенчмаркетинга	5-6	2		4				8		Блиц-опрос Тестирование
3	Информационное обеспечение бенчмаркетинга	7-8	2		4				8		Блиц-опрос Тестирование
3	Конкурентный бенчмаркетинг	9-10	2		4				10		Блиц-опрос Тестирование
3	Функциональный бенчмаркетинг	11-13	2		4				10		Блиц-опрос Тестирование
3	Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	14-16	3		6				11		Блиц-опрос Тестирование
3	Промежуточная аттестация						0,35	35,65			
	ИТОГО:		15		30		0.35	35.65	63		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	1		1				16	
4	Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	1		1				16	
4	Организация бенчмаркетинга	1		1				16	
4	Информационное обеспечение бенчмаркетинга	1		1				16	
4	Конкурентный бенчмаркетинг	1		2				16	
4	Функциональный бенчмаркетинг	1		2				16	
4	Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	2		2				21	
4	Промежуточная аттестация					0,35	8,65		
	ИТОГО:	8		10		0.35	8.65	117	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3	Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	2	1		Понятие, сущность бенчмаркетинга. Эволюционное развитие бенчмаркетинга его роль в развитии компании. Функции бенчмаркетинга. Причины актуальности бенчмаркетинга. Основные принципы бенчмаркетинга. Бенчмаркетинг как инструмент управления организацией, современный метод конкурентной борьбы и управления бизнесом, позволяющим предприятиям совершенствоваться. Внешний и внутренний бенчмаркетинг. Предпосылки использования бенчмаркетинга. Значение бенчмаркетинга. Сферы использования бенчмаркетинга.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: общие понятия о бенчмаркетинге, цели и задачи бенчмаркетинга, историю развития бенчмаркетинга; классификацию бенчмаркетинга; Уметь: четко формулировать цели и задачи, на основе имеющейся информации; Владеть: навыками сбора и анализа информации	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
3	Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	2	1		Объекты бенчмаркетинга. Субъекты бенчмаркетинга. Партнеры по бенчмаркетингу. Критерии отбора партнеров по бенчмаркетингу. Разновидности бенчмаркетинга. Внутренний бенчмаркетинг.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: основы операционного и стратегического видов бенчмаркетинга, основы методологии исследования опыта компаний при бенчмаркетинге; Уметь: осуществлять выбор объектов и типов бенчмаркетинга; Владеть: навыками сбора и анализа информации	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3	Организация бенчмаркетинга	2	1		Инструментарий бенчмаркетинга. Этапы организации бенчмаркетинга. Модели бенчмаркетинга. Цикл Деминга как основа бенчмаркетинга. основные этапы организации бенчмаркетинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение. Методы анализа бизнес-процессов предприятия	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: методы бенчмаркетинговых исследований, Уметь: проводить анализ конъюнктуры рынка и конкурентной среды, осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркетинга, Владеть: навыками организации и планирования бенчмаркетинга.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
3	Информационное обеспечение бенчмаркетинга	2	1		Бенчмаркетинговая информация и ее источники. Бенчмаркетинговые исследования. Сбор информации. Метод Ф. Ковалева. SWOT-анализ. Методология ABC-ABB-ABM. Использование сбалансированной системы показателей.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: способы получения информации при осуществлении бенчмаркетинга, Уметь: осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации в ходе бенчмаркетинга Владеть: методами и программными средствами обработки деловой информации, полученной в ходе бенчмаркетинга	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
3	Конкурентный бенчмаркетинг	2	1		Бенчмаркетинг и конкурентные преимущества. Конкурентная разведка в бизнесе. Взаимосвязь бенчмаркетинга и конкурентных преимуществ. Конкурентная разведка в бизнесе. Технология конкурентного бенчмаркетинга. Задача конкурентного бенчмаркетинга.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: конкурентные преимущества приемов бенчмаркетинга; Уметь: осуществлять конкурентный бенчмаркетинг, осуществлять бенчмаркетинг лояльности клиентов; Владеть: обосновывать управленческие решения применяемые на основе бенчмаркетинга.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
3	Функциональный бенчмаркетинг	2	1		Бенчмаркетинг работы персонала. Технология «тайного покупателя». Инсоринг и аутсорсинг.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: особенности бенчмаркетинга товаров и услуг; Уметь: осуществлять	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Оценка работы персонала. Количественные и качественные параметры оценки работы персонала. Методика оценки качества услуг SERVQUAL. Способы оценки продавцов. Анализ трудовых затрат. Ранжирование продавцов. Технология «тайный покупатель». Бенчмаркетинг товара. Анализ параметров товара. Метод «дом качества». БенчмаркингG3:ID. Бенчмаркинг качества товаров. Бенчмаркинг бренда		функциональный бенчмаркетинг; осуществлять стратегический бенчмаркетинг. Владеть: навыками выявления оптимальных способов удовлетворения потребностей покупателей на основе бенчмаркетинга	
3	Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	3	2		Концепция непрерывного совершенствования на основе бенчмаркинга. Понятие, сущность экономического эффекта. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркетинга.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3;	Знать: пути и направления повышения эффективности деятельности предприятия посредством использования бенчмаркетинга, Уметь: проводить экономическую эффективность применения инструментария бенчмаркетинга; Владеть: навыками оценки и разработки стратегий организации по результатам бенчмаркетинга	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
3	Промежуточная аттестация							
	ИТОГО:	15	8					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
3	Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	Мотивация и контроль в сфере бенчмаркетинга. Моделирование и разработка системы мотивации. Оптимизация системы мотивации. Комплексная система мотивации.	4	1	
3	Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	Предпосылки проведения бенчмаркетинга. Принципы по Г. Ватсону. Сравнительный анализ видов бенчмаркетинга.	4	1	
3	Организация бенчмаркетинга	Подходы к процессу бенчмаркетинга. Подготовка к бенчмаркетингу. Факторы успеха, влияющие на процессы бенчмаркетинга. Модель «колесо бенчмаркетинга».	4	1	
3	Информационное обеспечение бенчмаркетинга	Анализ преимуществ: внутренний анализ превосходства, внешний анализ превосходства, функциональный анализ превосходства. Метод исследования цены PSM. Метод «имитации процесса покупки». Метод ВРТО. Метод функционально-стоимостного анализа.	4	1	
3	Конкурентный бенчмаркетинг	Значение конкурентного бенчмаркетинга. Подходы к конкурентному бенчмаркетингу. Принципы конкурентного бенчмаркетинга. Промышленный шпионаж. Сущность промышленного шпионажа. Внутренний промышленный шпионаж. Инструменты промышленного шпионажа..	4	2	
3	Функциональный бенчмаркетинг	Понятие и задачи стратегического бенчмаркетинга. Понятие «стратегический бенчмаркетинг». Объекты стратегического бенчмаркетинга. Партнеры по стратегическому бенчмаркетингу. Процессный и сравнительный бенчмаркетинг. Сравнительный бенчмаркетинг. Процессный бенчмаркетинг. Структурный подход. Процессный подход. Инжиниринг и реинжиниринг бизнеса	4	2	
3	Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	Виды и формы экономического эффекта. Показатели оценки эффективности применения бенчмаркетинга Факторы успеха бенчмаркетингового проекта	6	2	
3	Промежуточная аттестация				
	ИТОГО:		30	10	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
3	Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	Сущность бенчмаркетинга и история его развития. Эволюция бенчмаркетинга. Зарождение бенчмаркетинга в США, Японии, Китая. Научные методы организации труда Ф. Тейлора. Теория Бернардо де Суза. Пять поколений бенчмаркетинга. Современный бенчмаркетинг	1-2	8	16	
3	Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	Бенчмаркетинг процесса. Глобальный бенчмаркетинг. Общий бенчмаркетинг. Ассоциативный бенчмаркетинг.	3-4	8	16	
3	Организация бенчмаркетинга	Принципы бенчмаркетинга. Правила бенчмаркетинга. Кодекс поведения в бенчмаркетинге.	5-6	8	16	
3	Информационное обеспечение бенчмаркетинга	Источники бенчмаркетинговой информации. Бенчмаркетинговые исследования. Сбор информации. Метод Ф. Ковалева. SWOT-анализ. Методология ABC-ABB-ABM. Использование сбалансированной системы показателей. Анализ преимущества: внутренний анализ превосходства, внешний анализ превосходства, функциональный анализ превосходства.	7-8	8	16	
3	Конкурентный бенчмаркетинг	Взаимосвязь бенчмаркетинга и конкурентных преимуществ. Конкурентная разведка в бизнесе. Задача конкурентного бенчмаркетинга. Значение конкурентного бенчмаркетинга.	9-10	10	16	
3	Функциональный бенчмаркетинг	Бенчмаркетинг лояльности клиентов. Типы клиентов. Постоянные клиенты. Категории покупателей. Типы потребителей. Причины удовлетворенности клиентов. Понятие «лояльность». Параметры лояльности клиентов. Анализ лояльности клиентов и уровня их обслуживания. Подход к оценке удовлетворенности потребителей EPSI. Дополнительные методы определения потребностей покупателей. Бенчмаркетинг уровня обслуживания клиентов. Бенчмаркетинг имиджа.	11-13	10	16	
3	Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	Методы оценки экономического эффекта применения бенчмаркетинга.	14-16	11	21	
3	Промежуточная аттестация					
	ИТОГО:			63	117	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
338.483(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства» : для студентов всех форм обучения направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело, программа магистратуры Гостиничная деятельность / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Галинская Н.Н. - Майкоп : Б.и., 2020. - 30 с. - Прил.: с. 25-30. - ЭБ НБ МГТУ. - URL: http://lib.mkgmtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051485 . - Режим доступа: свободный. - Библиогр.: с. 24 (11 назв.)	http://lib.mkgmtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051485

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Малых, Н.И. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2020. - 320 с.	https://znanium.com/catalog/document?pid=1064623
Ключевская И. С. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 236 с.	https://znanium.com/catalog/document?pid=982200
Семеркова, Л. Н. Формирование механизма бенчмаркингowego взаимодействия предприятий в сфере инновационной деятельности [Электронный ресурс]: монография / Семеркова Л.Н., Шерстобитова Т.И. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 160 с.	https://znanium.com/catalog/document?pid=952145

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-4.1 Осуществляет выбор и обоснование перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
3	4		Управление доходами в гостиничном бизнесе
3	4		Антикризисное управление гостиничного предприятия
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства
3	3		Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика
ПКУВ-4.2 Разрабатывает стратегический план внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
3	4		Управление доходами в гостиничном бизнесе
3	4		Антикризисное управление гостиничного предприятия
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства
3	3		Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика
ПКУВ-4.3 Использует современные информационно-коммуникационных средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
3	4		Управление доходами в гостиничном бизнесе
3	4		Антикризисное управление гостиничного предприятия
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства
3	3		Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика
УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
1	2		Ознакомительная практика
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			гостеприимства
2	3		Система управления качеством услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика
УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
1	1		Ознакомительная практика
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства
2	3		Система управления качеством услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика
УК-1.3 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов			
4	4		Научно-исследовательская работа
3	4		Проектно-технологическая практика
1	1		Ознакомительная практика
3	4		Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства
2	3		Система управления качеством услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
2	2		Организационно-управленческая практика
4	5		Преддипломная практика

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					
ПКУВ-4.3 Использует современные информационно-коммуникационные средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: область применения и роль информационных технологий в сфере гостеприимства; особенности использования информационно-коммуникационных средств для	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.					
Уметь: использовать информационные технологии при разработке и внедрении маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства; выстроить систему информа ционно-коммуник ационных средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками имплантации инф ормационно-комм уникационных средств для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними					
Знать: методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сбора, анализа и обработки информации о проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					
ПКУВ-4.1 Осуществляет выбор и обоснование перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: особенности выбора и обоснования перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: осуществлять выбор вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства; обосновывать перед собственниками бизнеса маркетинговые инновации для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускают небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками выбора и обоснования перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					
ПКУВ-4.2 Разрабатывает стратегический план внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; основы стратегического менеджмента и маркетинга; методы разработки стратегического плана внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
гостеприимства					
Уметь: осуществлять реализацию стратегии предприятия сферы гостеприимства, функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих устойчивое развитие; организовать имплантацию стратегического плана внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки и внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства; навыками презентации результатов внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.3 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов					
Знать: методику разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
подходов.					
Владеть: навыками разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и меж дисциплинарных подходов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению					
Знать: методику определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирование процессов по их устранению.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектировать процессы по их устранению	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирование процессов по их устранению.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					
ПКУВ-4.3 Использует современные информационно-коммуникационных средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: область применения и роль информационных технологий в сфере гостеприимства; особенности использования информационно-коммуникационных средств для внедрения маркетинговых	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.					
Уметь: использовать информационные технологии при разработке и внедрении маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства; выстроить систему информа ционно-коммуник ационных средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками имплантации инф ормационно-комм уникационных средств для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними					
Знать: методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками сбора, анализа и обработки информации о проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4.1 Осуществляет выбор и обоснование перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: особенности выбора и обоснования перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: осуществлять выбор вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства; обосновывать перед собственниками бизнеса маркетинговые инновации для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками выбора и обоснования перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий					
ПКУВ-4.2 Разрабатывает стратегический план внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства					
Знать: технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; основы стратегического менеджмента и маркетинга; методы разработки стратегического плана внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь:	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
осуществлять реализацию стратегии предприятия сферы гостеприимства, функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих устойчивое развитие; организовать имплантацию стратегического плана внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: навыками разработки и внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства; навыками презентации результатов внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.3 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов					
Знать: методику разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическое	В	Успешное и	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
навыками разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и меж дисциплинарных подходов.	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению					
Знать: методику определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирование процессов по их устранению.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовые задания, контрольные работы, экзамен
Уметь: определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектировать процессы по их устранению	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирование процессов по их устранению.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Тенденции применения бенчмаркинга.
2. Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом.
3. Подходы к применению инструментария бенчмаркинга в России и за рубежом.
3. Правила применения бенчмаркинга.



4. Правовое обеспечение бенчмаркинга.
5. Модели бенчмаркинга
6. Цикл Деминга как основа бенчмаркинга.
7. Основные этапы организации бенчмаркинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение.
8. Методы анализа бизнес-процессов предприятия.

Тестовые задания

1. Проект по бенчмаркетингу должен быть согласован:

- a) с миссией организации
- b) с оперативными планами финансового отдела
- c) с партнерами организации
- d) с потребителями организации
- e) с общественными организациями

2. Объектами бенчмаркетинга могут быть:

- a) стратегия
- b) показатели продукции / услуг c) процессы
- d) политика ценообразования
- e) коммерческая информация

3. Внутренний бенчмаркетинг предполагает:

- a) проведение сравнений между различными подразделениями организации
- b) проведение сравнения с организациями, не относящимися к числу внутри отраслевых конкурентов, но осуществляющих функциональную деятельность, в улучшении которой заинтересована компания
- c) сравнение бизнес-процессов, протекающих в организациях, относящихся к разным отраслям промышленности
- d) сравнительный анализ только лучших представителей того или иного рынка или бизнеса
- e) проведение сравнения с организациями, относящимися к числу внутриотраслевых конкурентов

4. В качестве партнера по стратегическому бенчмаркетингу предпочтительнее выбирать:

- a) наиболее сильного конкурента



- b) лидера из другой отрасли
- c) функционального лидера
- d) поставщика продукции
- e) заказчика

5. Результаты проекта по бенчмаркетингу должны быть представлены:

- a) менеджерам организации
- b) партнерам
- c) всем заинтересованным лицам, которые окажутся в зоне влияния результатов проекта
- d) поставщикам
- e) потребителям

6. Концентрация внимания на бизнес-процессах позволяет:

- a) сопоставлять результаты внедрения TQM с тем, что было до внедрения системы
- b) выявить их глобальные недостатки, такие как необоснованные задержки, недостаток оперативного контроля
- c) выделить те этапы процесса, по которым нет четкого закрепления ответственности за их успешную реализацию
- d) частичное применение продуктового бенчмаркетинга, основной целью которого будет сравнение собственной продукции с товарами конкурентов
- e) развивать партнерство внутри фирмы.

7. Основные недостатки наружной рекламы ..

- a) ограничение творческих возможностей воплощения
- b) гибкость и оперативность
- b) высокая частота повторных контактов
- г) отсутствие избирательности аудитории
- д) избирательность аудитории

8. Личные (персональные) продажи – это ..

- a) создание взаимопонимания и доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью
- b) реклама в местах скопления большого количества людей
- в) мероприятия по увеличению объемов продаж



- г) устное представление товара в беседе с одним или несколькими покупателями
- д) распространение информации о предприятии.

9. Характеристика сообщения при безличной коммуникации ...

- а) высокая адаптируемость
- б) однородность
- в) сильная аргументация
- г) малая аргументация
- д) неконтролируемость формы и содержания
- е) контролируемость

Вопросы к экзамену

1. Алгоритм проведения бенчмаркинга в индустрии гостеприимства и общественного питания.
2. Анализ ошибок при составлении анкет.
3. Анализ превосходства предприятия.
4. Анализ товарного ассортимента фирмы.
5. Бенчмаркетинг бренда.
6. Бенчмаркетинг качества продукта.
7. Бенчмаркетинг параметра продукта.
8. Бизнес-процессы и проведение бенчмаркинга.
9. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ.
10. Виды бенчмаркинга.
11. Значение мерчандайзинга в обеспечении конкурентных преимуществ предприятия и в повышении уровня обслуживания покупателей.
12. Индикаторы необходимости проведения бенчмаркетинга.
13. Исследование сбыта, рекламы, ценовой политики.
14. История развития бенчмаркетинга.
15. Источники информации, используемые в бенчмаркетинге.
16. Классификация конкурентных стратегий
17. Конкурентная разведка как метод повышения конкурентоспособности предприятия.
18. Виды конкурентных преимуществ.



19. Концепции и направления маркетинга на предприятии.
20. Маркетинговые исследования при бенчмаркинге.
21. Методы и принципы конкурентной разведки.
22. Инструменты и технология конкурентной разведки.
23. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
24. Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.
25. Основные этапы процесса бенчмаркетинга.
26. Отличие конкурентной разведки от шпионажа.
27. Оценка проведения бенчмаркетинга на предприятии.
28. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.
29. Оценка работы персонала и степени обслуживания клиентов: сущность, цели, этапы.
30. Оценка степени лояльности и удовлетворенности потребителей.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Используются информационные технологии. На дополнительные вопросы



	даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетворительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.
- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании,



например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетворительно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.



«неудовлетворительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы
-----------------------	---



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
338.483(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства» : для студентов всех форм обучения направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело, программа магистратуры Гостиничная деятельность / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Галинская Н.Н. - Майкоп : Б.и., 2020. - 30 с. - Прил.: с. 25-30. - ЭБ НБ МГТУ. - URL: http://lib.mkgmtu.ru:8002/libdata.php?id=2100051485 . - Режим доступа: свободный. - Библиогр.: с. 24 (11 назв.)	http://lib.mkgmtu.ru:8004/catalog/fol2?SHOW_ONE_BOOK+0AD463
Семеркова, Л. Н. Формирование механизма бенчмаркинг-взаимодействия предприятий в сфере инновационной деятельности [Электронный ресурс]: монография / Семеркова Л.Н., Шерстобитова Т.И. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 160 с.	https://new.znaniy.com/catalog/product/952145

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Малых, Н.И. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2020. - 320 с.	https://znaniy.com/catalog/product/1064623
Ключевская И. С. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 236 с.	https://new.znaniy.com/catalog/product/982200

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znaniy.com/catalog/> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://neb.rf/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и



хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. <https://нэб.рф/> Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: <http://diss.rsl.ru/?lang=ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. – Москва : РНБ, 1998. – URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <http://diss.rsl.ru/eLIBRARY.RU>. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: <http://www.consultant.ru/about/>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <http://www.consultant.ru/about/> Правительство Российской Федерации: официальный сайт. – Москва. – URL: <http://government.ru/> – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. <http://government.ru/> Foodserviceworld.com / Search Foodservice Companies – 2021. – URL: <https://www.foodserviceworld.com> – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. <https://www.foodserviceworld.com> Комитет Республики Адыгея по туризму и курортам – Майкоп, 2000-2021. – URL: <http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/> – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. <http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/> Ассоциация «Турпомощь» – Москва, 2013—2021. – URL: <https://tourpom.ru/> – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Ассоциация ТУРПОМОЩЬ – объединение туроператоров в сфере выездного туризма. Основной задачей Ассоциации является оказание экстренной помощи российским туристам за рубежом, оказавшимся в экстренной ситуации по причине финансовой несостоятельности туроператора, а с января 2017г., в связи с вступлением в силу Федерального закона № 49-ФЗ от 02.03.2016г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» Ассоциация «ТУРПОМОЩЬ» наделяется дополнительным функционалом в части формирования фондов персональной ответственности туроператоров в сфере выездного туризма, а также размещения сведений о турагентах на портале Ассоциации. <https://tourpom.ru/>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Теоретико-методологические основы бенчмаркетинга в индустрии гостеприимства и общественного питания	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3
Тема 2. Основные виды бенчмаркетинга и их особенности в сфере гостеприимства	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3
Тема 3. Организация бенчмаркетинга	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2

		использованием ЭО и ДОТ.		ПКУВ-4.3
Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркетинга	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3
Тема 5. Конкурентный бенчмаркетинг	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3
Тема 6. Функциональный бенчмаркетинг	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3
Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркетинга	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2

	Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ.		ПКУВ-4.3
--	---	--	----------

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znaniy.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. https://нэб.рф/
Электронная библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. - Москва : РГБ, 2003. - URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rmb-today) http://diss.rsl.ru/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости



Название
российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
В рамках Государственного контракта №07.551.11.4002 консорциум НЭИКОН предоставил читателям ФГБОУ ВО «МГТУ» доступ к архивам научных журналов зарубежных издательств. Доступ открыт со всех компьютеров университетской сети. http://www.neicon.ru/
Cambridge University Press : архивы научных журналов : сайт / Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный Электронно-Информационный Консорциум (НЭИКОН), Издательство Кембриджского университета. – Москва, 2013. – – URL: https://archive.neicon.ru/xmlui/handle/123456789/905824/browse?type=source . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Издательство Кембриджского университета - старейшее издательство в мире, первые книги были опубликованы им в 1584 году. За четыре века своего существования издательство выпустило многие книги известных ученых - Исаака Ньютона, Джона Мильтона, Бертрана Рассела, Альберта Эйнштейна, но лишь к середине двадцатого века оно развилось в крупнейший современный издательский дом, которым является сегодня. https://www.cambridge.org/
Oxford University Press (OUP) : архивы научных журналов : сайт / Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный Электронно-Информационный Консорциум (НЭИКОН), Издательство Оксфордского университета. – Москва, 2013. – – URL: https://archive.neicon.ru/xmlui/handle/123456789/1417890/browse?type=source . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Издательство, входящее в состав Оксфордского университета является одним из крупнейших в Великобритании. Главная цель, поставленная перед издательством – достижение высоких результатов в различных областях исследований, науки, образования путем издания книг по всему миру. В предлагаемой архивной коллекции 24 журнала по разным отраслям знания. Глубина архива: с 1-го выпуска до 1995г. http://www.oxfordjournals.org/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. – 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/ . – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. http://www.consultant.ru/about/
Правительство Российской Федерации: официальный сайт. – Москва. – URL: http://government.ru/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. http://government.ru/
Foodserviceworld.com / Search Foodservice Companies – 2021. – URL: https://www.foodserviceworld.com – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. https://www.foodserviceworld.com
Комитет Республики Адыгея по туризму и курортам – Майкоп, 2000-2021. – URL: http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/
Ассоциация «Турпомощь» – Москва, 2013—2021. – URL: https://tourpom.ru/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Ассоциация ТУРПОМОЩЬ – объединение туроператоров в сфере выездного туризма. Основной задачей Ассоциации является оказание экстренной помощи российским туристам за рубежом, оказавшимся в экстренной ситуации по причине финансовой несостоятельности туроператора, а с января 2017г., в связи с вступлением в силу Федерального закона № 49-ФЗ от 02.03.2016г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» Ассоциация «ТУРПОМОЩЬ» наделяется дополнительным функционалом в части формирования фондов персональной ответственности туроператоров в сфере выездного туризма, а также размещения сведений о турагентах на портале Ассоциации. https://tourpom.ru/

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znaniy.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: https://nab.rfl/ . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает



Название
более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. https://нэб.рф/
Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. – Москва : РНБ, 1998. – URL: http://nlr.ru/ . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) http://diss.rsl.ru/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/ . – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. http://www.consultant.ru/about/
Правительство Российской Федерации: официальный сайт. – Москва. – URL: http://government.ru/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. http://government.ru/
Комитет Республики Адыгея по туризму и курортам – Майкоп, 2000-2021. – URL: http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. http://www.adygheya.ru/ministers/departments/komitet-po-turizmu-i-kurortam/
Foodserviceworld.com / Search Foodservice Companies – 2021. – URL: https://www.foodserviceworld.com – Режим доступа: свободный. Текст: электронный. https://www.foodserviceworld.com
Ассоциация «Турпомощь» – Москва, 2013—2021. – URL: https://tourpom.ru/ – Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Ассоциация ТУРПОМОЩЬ – объединение туроператоров в сфере выездного туризма. Основной задачей Ассоциации является оказание экстренной помощи российским туристам за рубежом, оказавшимся в экстренной ситуации по причине финансовой несостоятельности туроператора, а с января 2017г., в связи с вступлением в силу Федерального закона № 49-ФЗ от 02.03.2016г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» Ассоциация «ТУРПОМОЩЬ» наделяется дополнительным функционалом в части формирования фондов персональной ответственности туроператоров в сфере выездного туризма, а также размещения сведений о турагентах на портале Ассоциации. https://tourpom.ru/



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-11) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 32 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-21) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования: информационно-технический отдел, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, каб. 318	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: читальный зал МГТУ, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, 3 этаж	Компьютерное оснащение с выходом в интернет на 30 посадочных мест, оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника/принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401

