

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 27.10.2025 19:42:11
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9f42

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Факультет международных отношений и политических исследований

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Корпоративные стратегии гостиничного бизнеса»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.04 Сетевые формы организации в сфере гостеприимства /
Network forms of organization in the field of hospitality
(код и наименование РПД)

43.04.03 Гостиничное дело
(код, наименование направления подготовки)

Очная/заочная
(формы обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы
«Корпоративные стратегии гостиничного бизнеса»

Морозова М.А.

Заведующий кафедрой управления в сфере туризма гостиничного бизнеса д.э.н. Морозова
Марина Александровна

РПД Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства» / «Network forms of organization in the field of hospitality» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Протокол №16 от 24 апреля 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	9
5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.....	11
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	13
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".....	17
7.1. Основная литература.....	17
7.2. Дополнительная литература.....	18
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	19
7.4. Интернет-ресурсы.....	19
7.5. Иные источники.....	20
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	20

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства»/ «Network forms of organization in the field of hospitality» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	ПКс-5.3	Способен проектировать организационную структуру управления гостиничными сетями, формировать план реализации стратегии гостиничного предприятия с использованием программно-целевого подхода
ПКс-7	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПКс-7.3	Способен разрабатывать рекомендации по организации применения современных инновационно-коммуникативных технологий в маркетинге для обеспечения конкурентоспособности объектов в сфере гостеприимства и общественного питания

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ОТФ. D. Стратегическое управление развитием сети гостиниц / ТФ. D/01.8 Разработка концепции и	ПКс-5.3	на уровне знаний: роль и место экономической стратегии в наращивании стратегического потенциала предприятия; методы достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности актива.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
стратегии развития сети гостиниц		на уровне умений: формировать и реализовывать экономическую стратегию развития гостиничного предприятия.
ОТФ. D. Стратегическое управление развитием сети предприятий питания / ТФ. D/01.8 Разработка концепции и стратегии развития сети предприятий питания		на уровне навыков: специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины
ОТФ. D. Управление процессом финансового консультирования в организации (подразделении)/ ТФ. D/03.8 Внедрение инновационных технологий и изменений в управлении деятельностью сети гостиниц	ПКс-7.3	на уровне знаний: основные категории, входящие в понятие стратегического управления гостиничным предприятием
ОТФ. D. Стратегическое управление развитием сети предприятий питания / ТФ. D/03.8 Внедрение инновационных технологий и изменений в управлении деятельностью сети предприятий питания		на уровне умений: использовать современные методы стратегического управления гостиничным предприятием; применять методы поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой в процессе обучения информации.
		на уровне навыков: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по данной дисциплине; практическими навыками применения полученных знаний и умений.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов.

Очная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа	30/22,5
Лекции	10/7,5
Практические занятия	18/13,5

Лабораторные занятия	-
Консультации	2/1,5
Самостоятельная работа	78/58,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	опрос, реферат
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа	10/7,5
Лекции	4/3
Практические занятия	4/3
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/1,5
Самостоятельная работа	117/87,7
Контроль	9/6,75
Формы текущего контроля	опрос, реферат
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства» / «Network forms of organization in the field of hospitality» относится к вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 43.04.03 «Гостиничное дело» профиль «Корпоративные стратегии гостиничного бизнеса».

Целью дисциплины Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства» / «Network forms of organization in the field of hospitality» является формирование у студентов профессиональных компетенций в области принятия стратегических и тактических решений с учетом углубления и расширения процессов интеграции и увеличением роли межфирменного сетевого взаимодействия в достижении конкурентоспособности на мировых рынках услуг. Это требует от студентов выработки специальных знаний, позволяющих адекватно анализировать поведение экономических агентов в индустрии гостеприимства, оценивать перспективы развития бизнеса принимать обоснованные решения, позволяющие обеспечить долгосрочную конкурентоспособность компаний на локальном и глобальном уровне.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: Б1.О.11 «Прогнозирование и планирование гостиничной деятельности», Б1.В.ДВ.01.02 «Корпоративный менеджмент в сфере гостеприимства», Б1.В.ДВ.03.01 «Международная инвестиционная деятельность в сфере гостеприимства».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziiu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 4 семестре 2 курса. Изучение дисциплины на заочной форме осуществляется на 2 и 3 курсах.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	Network forms of organization in modern business. Main approaches and evolution of the network concept in management theory Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция концепции сетей в теории управления	14	2		2		10	О
Topic 2	Typology of network forms of organization. Networks in hospitality and tourism Типология сетевых форм организации. Сети в сфере гостеприимства и туризма	14	1		2		10	О
Topic 3	Hotel chains Сети отелей	16	1		2		14	О, Р

Topic 4	Network forms of organization in the restaurant business Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	18	1		2		14	O
Topic 5	Possibilities of a network approach in the development of tourist destinations. Tourist and recreational clusters Возможности сетевого подхода в развитии туристических направлений. Туристические и рекреационные кластеры	16	1		3		10	O
Topic 6	Affiliate Marketing and Co-Branding in the Experience Economy Партнерский маркетинг и совместный брендинг в экономике впечатлений	14	2		5		10	O
Topic 7	Prospects for the development of network interaction between companies in the Russian market Перспективы развития сетевого взаимодействия между компаниями на российском рынке	14	2		2		10	O
Промежуточная аттестация		36/27	Консультации – 2/1,5					Экзамен
Всего:		144/108	10/7,5		18/13,5	2/1,5	78/8,5	

Примечание: КСР* не входит в объем дисциплины;

** О-опрос, Р-реферат.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	Network forms of organization in modern business. Main approaches and evolution of the network concept in management theory	19	1		1		17	О

	Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция концепции сетей в теории управления							
Topic 2	Typology of network forms of organization. Networks in hospitality and tourism Типология сетевых форм организации. Сети в сфере гостеприимства и туризма	19	1		1		17	O
Topic 3	Hotel chains Сети отелей	19	1		1		17	O, P
Topic 4	Network forms of organization in the restaurant business Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	19	1		1		17	O
Topic 5	Possibilities of a network approach in the development of tourist destinations. Tourist and recreational clusters Возможности сетевого подхода в развитии туристических направлений. Туристические и рекреационные кластеры	19	1		1		17	O
Topic 6	Affiliate Marketing and Co-Branding in the Experience Economy Партнерский маркетинг и совместный брендинг в экономике впечатлений	18	1		1		16	O
Topic 7	Prospects for the development of network interaction between companies in the Russian market Перспективы развития сетевого взаимодействия между компаниями на российском рынке	20	2		2		16	O
Промежуточная аттестация		9/6,75	Консультации – 2/1,5					Экзамен

Всего:	144/108	8/6		8/6		117/87, 7	
---------------	----------------	------------	--	------------	--	----------------------	--

3.2. Содержание дисциплины

Topic 1. Network forms of organization in modern business. Main approaches and evolution of the network concept in management theory

Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция концепции сетей в теории управления

Integration processes in the modern economy. The concept of quasi-integration. The phenomenon of networks in today's markets. Complementarity of resources and competencies. The problem of trust and reliability in the network partnership. Advantages and disadvantages of network structures compared to other alternatives. Basic concepts of network theory. Social media. Graph Theory Toolkit. Evolution of the network concept in management theory.

Интеграционные процессы в современной экономике. Концепция квази-интеграции. Явление сетей на современных рынках. Взаимодополняющие ресурсы и компетенции. Проблема доверия и надежности в сетевом партнерстве. Преимущества и недостатки сетевых структур по сравнению с другими альтернативами. Основные понятия теории сетей. Социальные сети. Набор инструментов теории графов. Эволюция концепции сетей в теории управления.

Topic 2. Typology of network forms of organization. Networks in hospitality and tourism

Типология сетевых форм организации. Сети в сфере гостеприимства и туризма

Intercompany and intracompany networks. Different approaches to the classification of networks. Typology of Miles-Snow, Akrol, Grandori-Soda, Hinterhuber-Levin networks. Sydow-Wieland criteria and the main characteristics of the intercompany network. Types of intercompany network structures. A variety of network forms of organization in the service sector. Groups of stakeholders and their interaction. The place of hotel chains, restaurant chains, inter-company strategic alliances, value chains in the modern hospitality and tourism industry.

Межкомпанийские и внутрикомпанийские сети. Разные подходы к классификации сетей. Типология сетей Майлза-Сноу, Акрола, Грандори-Соды, Хинтерхубера-Левина. Критерии Сидоу-Виленда и основные характеристики межкомпанийских сетей. Типы структур межкомпанийских сетей. Многообразие сетевых форм организации в сфере обслуживания. Группы заинтересованных сторон и их взаимодействие. Место сетей отелей, сетей ресторанов, межкомпанийских стратегических альянсов, цепочек создания ценности в современной сфере гостеприимства и туризма.

Topic 3. Hotel chains

Сети отелей

The concept of a hotel chain: basic definition, key relationships, patterns of occurrence. Features of the hotel industry and the hotel product, contributing to the development of network forms of organization. History of creation and development of hotel chains.

International hotel chains: organization specifics, basic business models and development strategies. Peculiarities of formation of chain hotel business in Russia.

Понятие отельной сети: основное определение, ключевые взаимоотношения, закономерности возникновения. Особенности отрасли отелей и отельного продукта, способствующие

развитию сетевых форм организации. История создания и развития отельных сетей. Международные отельные сети: особенности организации, основные бизнес-модели и стратегии развития. Особенности формирования бизнеса сетевых отелей в России.

Topic 4. Network forms of organization in the restaurant business

Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

The history of the emergence and development of restaurant chains. Types of restaurant network business structures, the specifics of their functioning. Franchising networks: definition, main characteristics, management features. Examples of successful activities of restaurant chains abroad. Chain restaurants in Russia.

История возникновения и развития ресторанных сетей. Типы структур сетевого ресторанного бизнеса, особенности их функционирования. Сети франчайзинга: определение, основные характеристики, особенности управления. Примеры успешной деятельности сетевых ресторанов за рубежом. Сетевые рестораны в России.

Topic 5. Possibilities of a network approach in the development of tourist destinations.

Tourist and recreational clusters

Возможности сетевого подхода в развитии туристических направлений. Туристические и рекреационные кластеры

Definition of a tourist destination. Stakeholder groups influencing the attractiveness of a tourist destination. Cluster as an interorganizational network. The relationship between the degree of development of clusters and the competitiveness of the region according to M. Porter. Influence of cluster policy on the competitiveness of tourist destinations: analysis of foreign experience. Problems of development of tourist and recreational clusters in Russia.

Туристические и рекреационные кластеры Определение туристического направления. Группы заинтересованных сторон, влияющих на привлекательность туристического направления. Кластер как межорганизационная сеть. Взаимосвязь между степенью развития кластеров и конкурентоспособностью региона согласно М. Портеру. Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических направлений: анализ зарубежного опыта. Проблемы развития туристических и рекреационных кластеров в России.

Topic 6. Affiliate Marketing and Co-Branding in the Experience Economy

Партнерский маркетинг и совместный брендинг в экономике впечатлений

Marketing of partnership relations. Joint value creation. Integration of supply and demand processes in modern markets. Supply chain and demand chain management: a unified concept. Co-branding alliances of companies from different sectors of the hospitality and tourism industry. Development of customer interaction systems (CRM). Loyalty programs. The role of social networks in brand development. Affiliate marketing. Online partnerships in the hospitality industry.

Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности. Интеграция процесса спроса и предложения на современных рынках. Управление цепочкой поставок и цепочкой спроса: объединенная концепция. Кобрендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма. Развитие систем взаимодействия с клиентами (CRM). Программы лояльности. Роль социальных сетей в развитии брендов. Аффилированный маркетинг. Онлайн партнерства в индустрии гостеприимства.

Topic 7. Prospects for the development of network interaction between companies in the Russian market

Перспективы развития сетевого взаимодействия между компаниями на российском рынке

Features of the hotel as an object of strategic management. Advantages of the network organization of the hotel business. Economic substantiation of the proposed strategy for the development of a hotel chain. Globalization and integration in the development of the hotel industry.

Особенности отеля как объекта стратегического управления. Преимущества сетевой организации гостиничного бизнеса. Экономическое обоснование предлагаемой стратегии развития сети отелей. Глобализация и интеграция в развитии гостиничной индустрии.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства / Network forms of organization in the field of hospitality» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Topic 1 Network forms of organization in modern business. Main approaches and evolution of the network concept in management theory Сетевые формы организации в современном бизнесе. Основные подходы и эволюция концепции сетей в теории управления	Опрос
Topic 2 Typology of network forms of organization. Networks in hospitality and tourism Типология сетевых форм организации. Сети в сфере гостеприимства и туризма	Опрос
Topic 3 Hotel chains Сети отелей	Опрос, реферат
Topic 4 Network forms of organization in the restaurant business Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	Опрос
Topic 5 Possibilities of a network approach in the development of tourist destinations. Tourist and recreational clusters Возможности сетевого подхода в развитии туристических направлений. Туристические и рекреационные кластеры	Опрос
Topic 6 Affiliate Marketing and Co-Branding in the Experience Economy Партнерский маркетинг и совместный брендинг в экономике впечатлений	Опрос
Topic 7 Prospects for the development of network interaction between companies in the Russian market Перспективы развития сетевого взаимодействия между компаниями на российском рынке	Опрос

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по темам 1-7

Примерные вопросы для устного опроса

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. What place do network forms of organization occupy in the modern economy? What is the reason for this?

Какое место сетевые формы организации занимают в современной экономике? В чем причина этого?

2. What theoretical approaches to the study of network interaction do you know? What approach, in your opinion, is the most productive in the analysis of network interaction in the service sector?

Какие теоретические подходы к изучению сетевого взаимодействия вы знаете? Какой подход, по вашему мнению, наиболее продуктивен при анализе сетевого взаимодействия в сфере обслуживания?

3. What is quasi-integration?

Что такое квази-интеграция?

4. The totality of what characteristics determines the intra-company network? intercompany network?

Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?

5. What are the advantages and disadvantages of network structures in the service sector compared to other alternatives?

Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере обслуживания по сравнению с другими альтернативами?

6. On what grounds can a typology of intercompany networks be built?

На каких основаниях можно построить типологию межфирменных сетей?

7. What are the sources of reducing transaction costs through network intercompany interaction in the hotel business?

Какие источники снижения транзакционных издержек через межфирменное взаимодействие в гостиничном бизнесе?

8. What are the sources of improving the quality of services through network intercompany interaction in the hotel business?

Какие источники улучшения качества услуг через межфирменное взаимодействие в гостиничном бизнесе?

9. What are the competitive advantages of networks in the hotel/restaurant/tourism business?

Каковы конкурентные преимущества сетей в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе?

10. What are the problems of networking in the hotel/restaurant/tourism business?

Какие проблемы возникают при создании сетей в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе?

Типовые оценочные материалы по теме 3

Примерные темы реферата

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. Interorganizational networks in the modern economy / Межорганизационные сети в современной экономике
2. Evolution of theoretical approaches to the study of intercompany networking / Эволюция теоретических подходов к изучению межфирменных сетей
3. Opportunities and problems of using forms of network interaction by Russian companies / Возможности и проблемы использования форм сетевого взаимодействия российскими компаниями
4. Features of the Russian institutional environment: what promotes and what hinders the development of interorganizational networking / Особенности институциональной среды России: что способствует и что мешает развитию межорганизационных сетей
5. Advantages and disadvantages of network structures compared to other alternatives in the hospitality industry / Преимущества и недостатки сетевых структур по сравнению с другими альтернативами в сфере гостеприимства
6. Strategic alliances in the hospitality industry / Стратегические альянсы в сфере гостеприимства
7. History of creation and development of hotel chains (abroad; in Russia) / История создания и развития сетей отелей (за рубежом; в России).
8. Features of the hotel industry and the hotel product, contributing to the development of network forms of organization / Особенности гостиничной индустрии и гостиничного продукта, способствующие развитию сетевых форм организации
9. International hotel chains: specifics of organization and management / Международные сети отелей: специфика организации и управления
10. Prospects for the development of hotel chains in Russia / Перспективы развития сетей отелей в России
11. Foreign hotel chains in the Russian market / Зарубежные сети отелей на российском рынке
12. Chains of small hotels / Сети малых отелей
13. Examples of successful operation of hotel chains (abroad; in Russia) / Примеры успешной деятельности сетей отелей (за рубежом; в России).
14. Франчайзинговые сети в ресторанном бизнесе / Franchise networks in the restaurant business

15. The history of the emergence and development of restaurant chains / История возникновения и развития сетей ресторанов.
16. Types of restaurant network business structures, the specifics of their functioning / Типы структур сетевого ресторанного бизнеса, особенности их функционирования
17. Examples of successful restaurant chains (abroad; in Russia) / Примеры успешных сетей ресторанов (за рубежом; в России).
18. The role of interaction with consumers in creating value in the tourism business / Роль взаимодействия с потребителями в создании ценности в туристическом бизнесе
19. Loyalty programs in the experience economy / Программы лояльности в экономике впечатлений
20. Tour operator as a coordinator of inter-company networking / Туроператор как координатор межфирменного взаимодействия
21. Network interaction of the tour operator and partners / Сетевое взаимодействие туроператора и партнеров
- 22 Features of interaction between airlines and travel agencies in Russia and abroad / Особенности взаимодействия между авиакомпаниями и туристическими агентствами в России и за рубежом
23. Network aspects of the development of tourist destinations / Сетевые аспекты развития туристических направлений
24. Cluster policy: a comparative analysis of foreign and Russian experience in the hospitality industry / Кластерная политика: сравнительный анализ зарубежного и российского опыта в сфере гостеприимства
25. Tourist and recreational special economic zones in Russia / Туристско-рекреационные особые экономические зоны в России
26. Forms of cooperation between transport companies and travel companies / Формы сотрудничества между транспортными компаниями и туристическими фирмами
27. Ways of developing tourism by railway transport through inter-company interaction / Способы развития туризма железнодорожным транспортом через межфирменное взаимодействие
28. Transport component in the value chain and meeting the needs of tourists / Транспортный компонент в цепочке создания ценности и удовлетворении потребностей туристов
29. Co-branding alliances of companies from different sectors of the hospitality and tourism industry / Совместные маркетинговые альянсы компаний из разных секторов индустрии гостеприимства и туризма
30. Development of customer relationship management systems (CRM) in the hospitality and tourism industry / Развитие систем управления отношениями с клиентами (CRM) в сфере гостеприимства и туризма
31. Social media and online partnerships in the experience economy / Социальные сети и онлайн-партнерства в экономике впечатлений
32. Activities of associations in the Russian hospitality industry. (Russian Association of Travel Industry and Russian Union of Travel Industry) / Деятельность ассоциаций в российской индустрии гостеприимства. (Российская ассоциация туристской индустрии и Российский союз туристической индустрии)

33. Prospects for the development of network interaction between hospitality and tourism companies in the Russian market / Перспективы развития сетевого взаимодействия между компаниями сферы гостеприимства и туризма на российском рынке

5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в рамках сдачи экзамена предусматривается устный ответ студентом по билету.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-5.3 Способен проектировать организационную структуру управления гостиничными сетями, формировать план реализации стратегии гостиничного предприятия с использованием программно-целевого подхода	Принимает управленческие решения для организации деятельности гостиничных сетей и взаимодействия с предприятиями сферы гостеприимства и общественного питания	Сформированы навыки принятия управленческих решений для организации деятельности гостиничных сетей и взаимодействия с предприятиями туристской индустрии.
ПКс-7.3 Способен разрабатывать рекомендации по организации применения современных инновационно-коммуникативных технологий в маркетинге для обеспечения конкурентоспособности объектов в сфере гостеприимства и общественного питания	Использует современные информационно-коммуникационные средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания	На высоком уровне умеет осуществлять поиск эффективных методов и способов достижения целевой аудитории с учетом целей и задач стратегии продвижения. В полной степени владеет навыками систематизации современных инструментов коммуникационного воздействия в целях обеспечения их интеграции с традиционными направлениями продвижения.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. What are the reasons for the emergence of networks in the service sector? Основания появления сетей в сфере услуг.
2. The totality of what characteristics determines the intra-company network? intercompany network? Все характеристики определяют сеть внутри компании? межкомпанийную сеть?
3. Expand the concept of "internal enterprise networks" Расширьте концепцию "внутренние корпоративные сети".

4. What are the advantages and disadvantages of network structures in the service sector compared to other alternatives? Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
5. On what grounds can a typology of intercompany networks be built? На каких основаниях можно построить типологию межкомпанийных сетей?
6. Give an example of networking in the tourism industry. What type of networking is used in the example? Приведите пример сетевых отношений в индустрии туризма. Какой тип сетевых отношений используется в примере?
7. What is your preferred definition of a strategic alliance? Why? Каково ваше предпочтительное определение стратегического союза? Почему?
8. What is the difference between vertical and horizontal integration of enterprises? В чем разница между вертикальной и горизонтальной интеграцией предприятий?
9. What are the sources of reducing transaction costs through network intercompany interaction in the hotel business? Какие источники снижения транзакционных издержек через межкомпанийное взаимодействие в гостиничном бизнесе?
10. What are the sources of improving the quality of services through network intercompany interaction in the hotel business? Какие источники улучшения качества услуг через межкомпанийное взаимодействие в гостиничном бизнесе?
11. Due to what factors is formed and develops trust between enterprises? На каких факторах основывается и развивается доверие между предприятиями?
12. What are the competitive advantages of networks in the travel business? Какие конкурентные преимущества сетей в туристическом бизнесе?
13. Give an example of the complementarity of resources and competencies of companies in the hotel / restaurant / tourism business.
Предоставьте пример взаимодополняющих ресурсов и компетенций компаний в гостиничном / ресторанном / туристическом бизнесе.
14. List the elements of hotel chains and their relationships.
Перечислите элементы гостиничных сетей и их взаимосвязи.
15. What strategies for the development of hotel chains can be named? What are their features?
Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? Каковы их особенности?
16. What is the network strategy of the hotel business?
Что такое сетевая стратегия в гостиничном бизнесе?
17. Give an example of a franchise network in Russia. What are its advantages and disadvantages?
Приведите пример франчайзинговой сети в России. Какие у нее преимущества и недостатки?
18. Describe the use of various modes of transport in international and domestic tourism in

the Russian Federation

Опишите использование различных видов транспорта в международном и внутреннем туризме в Российской Федерации.

19. Describe the main features of the forms of cooperation between airlines and travel agencies known to you.

Опишите основные особенности форм сотрудничества между авиакомпаниями и туристическими агентствами, известными вам.

20. Define a tourist destination. List the main stakeholder groups whose activities affect the attractiveness of a tourist destination.

Определите туристический пункт назначения. Перечислите основные группы заинтересованных лиц, деятельность которых влияет на привлекательность туристического направления.

21. Demand chain and supply chain in the tourism industry.

Цепь спроса и цепь поставок в индустрии туризма.

22. List the elements (stages / links) of the value chain in the tourism business.

Перечислите элементы (этапы / звенья) цепочки создания стоимости в туристическом бизнесе.

23. Give an example of consumer involvement in value creation in the travel industry.

Приведите пример вовлечения потребителя в создание стоимости в индустрии путешествий.

24. Give examples of successful co-branding in the hospitality and tourism industry.

Приведите примеры успешного совместного брендинга в индустрии гостеприимства и туризма.

25. List the elements of cluster policy. What are the forms of implementation of cluster policy and the objects of its impact?

Перечислите элементы кластерной политики. Какие формы реализации кластерной политики и объекты ее воздействия?

26. What role do social media and online partnerships play in the experience economy?

Какую роль играют социальные сети и онлайн-партнерства в экономике впечатлений?

27. What associations exist in the Russian tourism industry? What is the purpose of these associations?

Какие ассоциации существуют в российской индустрии туризма? Какова цель этих ассоциаций?

28. What is the purpose of business associations in the tourism industry? What are the reasons for the effectiveness or inefficiency of their activities?

Какова цель деловых ассоциаций в индустрии туризма? Какие причины эффективности или неэффективности их деятельности?

29. What are the prospects for the development of entrepreneurial networks in the Russian hospitality industry?

Каковы перспективы развития предпринимательских сетей в российской индустрии гостеприимства?

30. What public policy measures can increase the return on network forms of business organization in the hospitality industry?

Какие меры государственной политики могут увеличить доходность сетевых форм организации бизнеса в индустрии гостеприимства?

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Оценка «отлично» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- глубокое и системное знание всего программного материала учебного курса, изложил ответ последовательно и убедительно;
- отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- умение правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- умение самостоятельно выполнять предусмотренные программой задания;
- навык обоснования принятого решения.

Оценки «хорошо» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;
- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом умение преимущественно правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- умение выполнять предусмотренные программой задания;

- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

Оценки «удовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;
- затруднения с применением теоретических положений при решении практических вопросов и задач,

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;
- неумение использовать научно-понятийный аппарат и терминологию учебной дисциплины;
- неумение применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- неумение выполнять предусмотренные программой задания.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой. Оценка за экзамен проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках студентов, при этом оценки «неудовлетворительно» в зачетную книжку студентов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства/ Network forms of organization in the field of hospitality» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.04 «Сетевые формы организации в сфере гостеприимства/ Network forms of organization in the field of hospitality» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделе 7 данной РПД.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Дручевская Л.Е. Формирование стратегических альянсов в гостиничном бизнесе. Москва: Московский государственный университет сервиса, 2012.
2. Карпова Г.А., Ковалев С.Н. Гостиничные цепи в РФ. СПб: издательство СПбГУЭФ, 2001.а М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2013.
3. Карпова Г.А., Ковалев С.Н. Гостиничные цепи в РФ. СПб: Издательство СПбГУЭФ, 2012.
4. Катькало В.С., Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы / Валерий Сергеевич Катькало. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2013, (2):3-21; (3):3-26.
5. Катькало В.С., Шемракова В.Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб: ВШМ СПбГУ, 2012
6. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты.
7. Н.И. Кабушкин, Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. Мн.: Новое знание, 2012.
8. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2013.
9. Путилина, Е. Л. Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. Л. Путилина; ФГБОУ ВПО «Гос. ун-та управления». — М., 2013.
10. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие /М.: Магистр, 2012
11. Скобкин С. С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / М. : Магистр, 2011.
12. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. М.: Август Борг, 2012.
13. Черемных О.С, Черемных С.В. Стратегический корпоративный реинжиниринг: процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом. Учебное пособие – М.: Финансы статистика, 2012.
14. Чернышев Д.А. Стратегические альянсы в гостиничной индустрии как форма организации предпринимательской деятельности. Москва: НОУ ВПО «Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы», 2012.
15. Шерешева М.Ю. Межфирменные сети. М.: ТЕИС, 2013.
16. Шерешева М.Ю. Типы сетевого межфирменного взаимодействия // Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения: участников Сети мастерства. М.:ИД ГУ-ВШЭ, 2013. С.24-59
17. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций. М.:Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2013
18. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П. Градова. – 4-е изд., перераб. – СПб.: Специальная литература, 2012.
19. Экономический рост и вектор развития современной России. Под ред. К.А. Хубиева.М.: ТЕИС, 2011.

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме. Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;
- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;
- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание

работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [эконом. направлениям : в 2 ч.] / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. - Электрон. дан. - М.: Юрайт, 2018. - (Серия: "Бакалавр и магистр. Академический курс"). - ISBN 978-5-9916-7128-6. Ч. 2: Функциональные стратегии. - 245, [1] с. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-9916-7126-2: 0.00.
2. Бережнов, Г. В. Стратегия позитивного и креативного развития предприятия: учебник для магистров / Г. В. Бережнов, В. В. Дергунов. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 716 с. — ISBN 978-5-394-03273-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85453.html>
3. Малюк, Владимир Иванович. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк ; С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого. - Электрон. дан. - М.: Юрайт, 2018. - 359, [2] с. - (Серия: "Бакалавр и магистр. Модуль"). Загл. с экран. - ISBN 978-5-534-03338-0 : 0.00.
4. Попов, Е. В. Межфирменные взаимодействия : монография / Е. В. Попов, В. Л. Симонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 276 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-14248-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468106>
5. Попов, Е. В. Сетевые экономические взаимодействия : монография / Е. В. Попов ; ответственный редактор В. Л. Макаров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 199 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11270-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474914>
6. Слонимская, М. А. Сетевые формы организации экономики / М. А. Слонимская ; А. Е. Дайнеко. — Минск : Белорусская наука, 2018. — 280 с. — ISBN 978-985-08-2386-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88688.html>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

20. Дручевская Л.Е. Формирование стратегических альянсов в гостиничном бизнесе. Москва: Московский государственный университет сервиса, 2012.
21. Карпова Г.А., Ковалев С.Н. Гостиничные цепи в РФ. СПб: издательство СПбГУЭФ, 2001.а М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2013.
22. Карпова Г.А., Ковалев С.Н. Гостиничные цепи в РФ. СПб: Издательство СПбГУЭФ, 2012.

23. Катькало В.С., Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы / Валерий Сергеевич Катькало. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2013, (2):3-21; (3):3-26.
24. Катькало В.С., Шемракова В.Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб: ВШМ СПбГУ, 2012
25. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты.
26. Н.И. Кабушкин, Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. Мн.: Новое знание, 2012.
27. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2013.
28. Путилина, Е. Л. Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. Л. Путилина; ФГБОУ ВПО «Гос. ун-та управления». — М., 2013.
29. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие /М.: Магистр, 2012
30. Скобкин С. С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / М. : Магистр, 2011.
31. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. М.: Август Борг, 2012.
32. Черемных О.С, Черемных С.В. Стратегический корпоративный реинжиниринг: процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом. Учебное пособие – М.: Финансы статистика, 2012.
33. Чернышев Д.А. Стратегические альянсы в гостиничной индустрии как форма организации предпринимательской деятельности. Москва: НОУ ВПО «Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы», 2012.
34. Шерешева М.Ю. Межфирменные сети. М.: ТЕИС, 2013.
35. Шерешева М.Ю. Типы сетевого межфирменного взаимодействия // Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения: участников Сети мастерства. М.:ИД ГУ-ВШЭ, 2013. С.24-59
36. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций. М.:Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2013
37. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П. Градова. – 4-е изд., перераб. – СПб.: Специальная литература, 2012.
38. Экономический рост и вектор развития современной России. Под ред. К.А. Хубиева.М.: ТЕИС, 2011.

7.2. Дополнительная литература

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса (8-е издание) : учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. — Москва : Дашков и К, 2014. — 446 с. — ISBN 978-5-394-02351-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/24799.html>

2. Витевская, О. В. Прогрессивные формы организации и стимулирования труда : учебное пособие / О. В. Витевская. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. — 161 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75402.html>
3. Грушенко, Валерий Иванович. Стратегии управления компаниями : от теории к практической разработке и реализации : учеб. пособие [для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр"))] / В. И. Грушенко. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 335, [1] с. : ил. - (Серия "Высшее образование - магистратура"). Библиогр.: с. 333-334. - ISBN 978-5-16-006721-6 : 749.25.
4. Катъкало, В. С. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса : монография / В. С. Катъкало, В. Н. Шемракова ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. - Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2008. - 384 с. - ISBN 978-5-9924-0006-9.
5. Рейнгольд, Е. А. Стоимость бизнеса и стратегия развития компании : основные принципы построения интегрированной системы / Е. А. Рейнгольд, Ю. И. Черный. — Москва : Международная академия оценки и консалтинга, 2014. — 214 с. — ISBN 978-5-98597-138-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51165.html>
6. Старов, С. А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей / С. А. Старов ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. - Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2013. — 492 с. - ISBN 978-5-9924-0077-9.
7. Управление стратегическими изменениями в организациях: Учебник/А.Т.Зуб - Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование) (Переплёт) ISBN 978-5-8199-0631-6 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/510072>
8. Фролов, Юрий Викторович. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под ред. Ю. В. Фролова ; Москов. городской пед. ун-т. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2017. - 165, [1] с. - (Серия "Университеты России"). Загл. с экрана. - ISBN 978-5-534-05448-4 : 0.00.
9. Широкова, Г. В. Управление предпринимательской фирмой: учебник / Г. В. Широкова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — Санкт-Петербург : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 384 с. - ISBN 978-5-9924-0069-4 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/493488>

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации
2. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) от 30.12.2001 N 197-ФЗ
3. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ
4. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) часть 1 от 31.07.1998 N 146-ФЗ
5. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года, №132-ФЗ
6. Постановление Правительства РФ от 25.04.1997 N 490 (ред. от 01.02.2005) "Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации"

7. Приказ Минэкономразвития РФ от 21.06.2003 N 197 "Об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 21.08.2003 N 4996)
8. ГОСТ Р 50645-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц"
9. ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования"
10. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов / Составитель: Ю. Волков – Ростов: Феникс, 2010.

7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники

1. <http://www.hotelmater.ru>
2. <http://www.ih-ra.com/> - Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов - International Hotels & Restaurants Association.
3. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии.
4. <http://www.rha.ru/> - Российская гостиничная ассоциация.
5. <http://www.new.frio.ru/> - Федерация рестораторов и отельеров.
6. <http://turgostinica.ru>
7. <http://tourlib.net>

8.<http://www.npark.ru>

9.<http://www.unwto.org/index.php>

10.www.russiatourism.ru

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle.