

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социальных технологий и управления
Кафедра Социокультурного туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет социальных
технологий и управления

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20___
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.19 Основы индустрии гостеприимства
на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 43.03.02 - Туризм

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20___ г. №___

Профиль – Туроператорская и турагентская деятельность (для набора 2022)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование на основе компетентного подхода у студентов системы знаний и представлений об истории, современном состоянии и инфраструктуре индустрии гостеприимства, являющейся важнейшей составной частью туризма. Приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков производства услуг на предприятиях индустрии гостеприимства, необходимые для практического применения.

Задачи изучения дисциплины:

- осмыслить общие принципы функционирования сферы гостеприимства;
- знать формы обслуживания и требования к работникам данной сферы, историю и современные тенденции развития отрасли;
- формировать навыки гостеприимного обслуживания и управления процессами в индустрии гостеприимства.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

«Основы индустрии гостеприимства» является учебной дисциплиной Блока 1 Дисциплины (модули), Б1.О-Обязательная часть (Б1.О. Б19) рабочего учебного плана (направление 43.03.02–Туризм. Профиль – «Туроператорская и турагентская деятельность»). Компетенции, формируемые в ходе освоения дисциплины «Основы индустрии гостеприимства», связаны с содержанием дисциплин: «Инновации в туризме», «Нормативное регулирование в туризме», «Введение в профессиональную деятельность».

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Виды занятий	Семестр 6	Всего часов
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	32	32
Лекционные (ЛК)	16	16
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	16	16
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	40	40

Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ПК-4	<p>ПК-4.1 Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг. ПК-4.4 Координирует выполнение обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом-переводчиком)</p>	<p>Знать: 1) модель процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг; 2) модель координации выполнения обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом-переводчиком).</p> <p>Уметь: 1) организовать процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг; 2) координировать выполнение обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом-переводчиком).</p>

		<p>характера, гидом- переводчиком).</p> <p>Владеть: 1) способами организации процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг;</p> <p>2) способами координации выполнения обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом- переводчиком).</p>
--	--	---

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Введение в индустрию гостеприимства	Сущность понятия «гостеприимство». Понятие «гость». Требования и качества умения общаться с гостем. Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности.	10	2	2	0	6
	1.2	История и современное состояние	Древнейшая история индустрии гостеприимства. Эпоха	8	2	2	0	4

		индустрии гостеприимства	античности Греции и Рима – первые упоминания о предприятиях гостеприимства. История возникновения предприятий гостеприимства Европы.					
	1.3	Международные стандарты и принципы гостеприимства	Абсолютные стандарты отелей. Понятие «сервис», «услуга» и «качество услуги». Международные принципы гостеприимства и правила поведения персонала гостиниц.	12	4	2	0	6
	1.4	Индустрия размещения туристов	Гостиничное хозяйство мира. Современный гостиничный бизнес как экономическое явление. География мирового гостиничного хозяйства.	10	2	2	0	6
	1.5	Международные классификации гостиниц	Определения: средства размещения – гостиница, номер, номерной фонд, койко-место. Основные виды средств размещения	12	2	2	0	8
	1.6	Персонал в индустрии гостеприимства	Основные требования к персоналу индустрии гостеприимства. Квалификация.	12	2	4	0	6
	1.7	Нормативно-законодательная база индустрии гостеприимства	Гражданский кодекс РФ, Налоговый Кодекс	8	2	2	0	4
Итого				72	16	16	0	40

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	<p>Сущность понятия «гостеприимство».</p> <p>Понятие «гость».</p> <p>Требования и качества умения общаться с гостем.</p> <p>Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности.</p>	<p>Сущность понятия «гостеприимство». Понятие «гость».</p> <p>Требования и качества умения общаться с гостем. Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности. Сущность, принципы и составляющие индустрии гостеприимства. Услуги индустрии гостеприимства. Модели гостеприимства.</p>	2
	1.2	<p>Древнейшая история индустрии гостеприимства.</p> <p>Эпоха античности Греции и Рима – первые упоминания о предприятиях гостеприимства.</p> <p>История возникновения предприятий гостеприимства Европы.</p>	<p>Древнейшая история индустрии гостеприимства. Эпоха античности Греции и Рима – первые упоминания о предприятиях гостеприимства.</p> <p>История возникновения предприятий гостеприимства Европы. Средние века (V-XV вв.): постоянные дворы, монастыри, караван-сарай.</p> <p>Становление европейского поваренного искусства. Английский тип организации услуг гостеприимства. Происхождение понятий отель, ресторан. XIX в. – бурное развитие ресторано-гостиничного бизнеса. М. Буланже – «отец современного ресторана».</p> <p>Цезарь Ритц, Огюст Эскофье. XX в. – расцвет индустрии гостеприимства.</p> <p>Средства размещения в Древней Руси: постоянные дворы, ямы, гостиные дворы, трактиры. Средства размещения низкой категории: меблированные комнаты, ночлежные дома. Развитие гостиничного дела в Северо-Западных землях Руси.</p> <p>Индустрия гостеприимства в России в XX в.: гостиницы высочайшего класса «Националь», «Метрополь» и др. Гостиничное хозяйство в первые</p>	2

			годы советской власти. Индустрия гостеприимства в послевоенный период. Гостиничное хозяйство в России в 90-х годах.	
	1.3	<p>Абсолютные стандарты отелей.</p> <p>Понятие «сервис», «услуга» и «качество услуги». Международные принципы гостеприимства и правила поведения персонала гостиниц.</p>	<p>Абсолютные стандарты отелей.</p> <p>Понятие «сервис», «услуга» и «качество услуги». Международные принципы гостеприимства и правила поведения персонала гостиниц.</p> <p>Правила (стандарты) поведения персонала отелей. Требования к оформлению и содержанию должностной инструкции.</p> <p>Квалификационные уровни должностей работников гостиничного предприятия. Функции управления персоналом в современной организации. Кадровая политика (пассивная, реактивная, превентивная, активная). Типы кадровой политики.</p>	4
	1.4	Индустрия размещения туристов	<p>Гостиничное хозяйство мира.</p> <p>Современный гостиничный бизнес как экономическое явление.</p> <p>География мирового гостиничного хозяйства. Модели организации гостиничного дела (модель Ритца, модель «Холидей Инн», модель «добровольные» гостиничные цепочки»). Гостиничные цепи (корпоративные; цепи независимых предприятий; цепи, предоставляющие управленческие услуги).</p> <p>Гостиничные бренды. Гостиничное хозяйство России. Гостиничные цепи в России. Проблемы развития гостиничного хозяйства в России.</p>	4
	1.5	Международные классификации и гостиниц	<p>Определения: средства размещения – гостиница, номер, номерной фонд, койко-место. Основные виды средств размещения. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Параметры классификации коллективных средств размещения. Типы гостиниц и их классификация. Классификация средств размещения по назначению,</p>	2

			по вместимости номерного фонда, по виду собственности, месторасположению, по целевому рынку и т.д. Бизнес-отели. Конгресс-центры. Апартаменты. Казино-отели. Гостиницы длительного проживания. Таймшер-отели. Мотели. Пансионаты. Курортные отели. Ротели, ботели, флотели, флайтели. Старинные замки, шале, бунгало. Виды гостиниц по месторасположению. Городские: центральные, периферийные. Загородные, придорожные, курортные. Классификация гостиничных предприятий по виду собственности.	
1.6	Персонал в индустрии гостеприимства	Основные требования к персоналу индустрии гостеприимства. Квалификация. Личные квалификационные требования. Профессиональные квалификационные требования. Требования к сотрудникам контактных и неконтактных служб. Культура поведения персонала гостиниц. Требования к внешнему виду и униформе персонала гостиниц (прическа, макияж, украшения и т.д.). Медицинские требования Профессиональная этика в индустрии гостеприимства. Правила делового протокола и этикета. Традиции делового этикета у разных народов. Значение подарков и сувениров. Протокольные мероприятия. Правила подачи блюд. Правила подачи напитков к различным блюдам.	2	
1.7	Нормативно-законодательная база индустрии гостеприимства	Гражданский кодекс РФ, Налоговый Кодекс, закон РФ «О защите прав потребителя», закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ», Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, ГОСТы, СНИПы, СанПиНы	2	

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

--	--	--	--	--

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	<p>Сущность понятия «гостеприимство».</p> <p>Понятие «гость».</p> <p>Требования и качества умения общаться с гостем.</p> <p>Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности.</p>	<p>1. Современное состояние и перспективы развития индустрии гостеприимства на современном этапе.</p> <p>2. Понятие термина гостеприимство. Значение словосочетания «индустрия гостеприимства».</p> <p>3. Сегменты индустрии гостеприимства.</p> <p>4. Средства размещения.</p> <p>5. Виды предприятий питания.</p> <p>6. Туристские компании и фирмы.</p> <p>7. Организация и проведение конгрессов, форумов, съездов, конференций, и т. п.</p> <p>8. Роль шоу-бизнеса в индустрии гостеприимства.</p>	2
	1.2	<p>Древнейшая история индустрии гостеприимства.</p> <p>Эпоха античности Греции и Рима – первые упоминания о предприятиях гостеприимства.</p> <p>а. История возникновения предприятий гостеприимства Европы.</p>	<p>1. Назовите предприятия гостеприимства эпохи Античности. В чем специфика их обслуживания и расположения.</p> <p>2. Выявите особенности развития сферы гостеприимства в Средневековье.</p> <p>3. Факторы, приведшие к формированию современной индустрии гостеприимства.</p> <p>4. Проблемы, сопутствующие развитию индустрии гостеприимства.</p>	2
	1.3	<p>Абсолютные стандарты отелей.</p> <p>Понятие «сервис», «услуга» и «качество услуги».</p> <p>Международные принципы гостеприимства и правила</p>	<p>1. Международные принципы гостеприимства и правила поведения персонала гостиниц.</p> <p>2. Требования к оформлению и содержанию должностной инструкции.</p> <p>3. Виды функциональных подразделений гостиничного предприятия.</p> <p>4. Основные службы гостиничных предприятий.</p>	2

		поведения персонала гостиниц.		
	1.4	Гостиничное хозяйство мира. Современный гостиничный бизнес как экономическое явление. География мирового гостиничного хозяйства.	1. Охарактеризуйте современный гостиничный бизнес. 2. Принципы формирования гостиничных цепей. 3. Модели организации гостиничного дела. 4. Крупнейшие гостиничные цепи мира (InterContinental Hotels Group, Marriot International, Accor). 5. Крупнейшие гостиничные бренды мира (Best Western, Holiday Inn Hotels & Resorts, Marriott Hotels & Resorts, Sheraton Hotels & Resorts, Radisson Hotels & Resorts)	4
	1.5	Определения: средства размещения – гостиница, номер, номерной фонд, койко-место. Основные виды средств размещения.	1. Виды отелей по назначению. 2. Виды отелей по месторасположению. 3. Характеристика отелей делового назначения. 4. Клубные отели. 5. Центральные гостиницы г. Читы и их характеристика. 6. Курорты и санатории Забайкальского края.	2
	1.6	Персонал в индустрии гостеприимства	1. Принципы подбора персонала в гостиничном бизнесе. 2. Опишите школы индустрии гостеприимства. 3. Система руководства предприятием в России и за рубежом. 4. Требования, предъявляемые к современному руководителю. 5. На каких факторах основано обучение кадров.	4
	1.7	Нормативно-законодательная база индустрии гостеприимства	1. Какие международные нормативно-правовые акты касаются деятельности гостиничных предприятий. 2. Какие нормативно-правовые акты составляют законодательную основу сферы гостеприимства в России. 3. Определите основные требования национальных стандартов к услугам размещения. 4. В каких сферах применяются положения, разработанные Ростуризмом.	2

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Сущность понятия «гостеприимство». Понятие «гость». Требования и качества умения общаться с гостем. Основные понятия и определение индустрии гостеприимства как сферы деятельности.	1. Доклады (письменная работа) на тему: «История развития индустрии гостеприимства в Чите и Забайкальском крае», «Психология обслуживания в туризме и индустрии гостеприимства», «Тенденции и перспективы развития индустрии гостеприимства», «История развития гостиничной индустрии стран АТР и ЮВА». 2. Групповое творческое задание	6
	1.2	История и современное состояние индустрии гостеприимства	1. Написание эссе на тему «Жизненный путь и достижения известных предпринимателей в сфере гостеприимства» (что помогло им добиться такого успеха). 2. Доклады (письменная работа) на тему: «Национальные системы классификации на примере определенной страны»	4
	1.3	Абсолютные стандарты отелей. Понятие «сервис», «услуга» и	1. Доклады (письменная работа) на тему «Развитие международных	6

		«качество услуги». Международные принципы гостеприимства и правила поведения персонала гостиниц.	франчайзинговых цепей в России», «Проблемы развития таймшера в России»	
	1.4	Индустрия размещения туристов	1. Презентация 2. Доклады (письменная работа) на тему «Основные проблемы гостиничного бизнеса России», «Районы и туристские центры Забайкальского края с наиболее развитой гостиничной базой»	6
	1.5	Международные классификации гостиниц	1. Библиография по теме (работа выполняется письменно). Библиография может включать печатные и электронные издания, Интернетресурсы. Содержание источников, включенных в библиографию, должно быть связано с элементами международной классификации средств размещения. Выходные данные должны быть указаны обязательно и в соответствии с действующим ГОСТ. После каждого источника, включенного в библиографию, должны быть указаны ключевые слова (в качестве ключевых слов следует использовать конкретные элементы инфраструктуры). 2. Решение кейс-задания «Открываем мини-отель»	8
	1.6	Персонал в индустрии гостеприимства	Выполнение кейс-заданий «Гость всегда прав?» «К	6

			нам едет иностранный гость!» «Безопасность в гостинице – дело тонкое»	
	1.7	Нормативно- законодательная база индустрии гостеприимства	1. Доклады (письменная работа) на тему «Охарактеризуйте деятельность российских организаций в сфере гостеприимства», «Региональные нормативно-правовые акты Вашего региона». 2. Составление понятийного минимума (письменная работа)	4

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Крылова, Е.В. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Е.В. Крылова. - Чита: ЗабГУ, 2012. - 165 с.
2. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Д.И. Елканова [и др.]. – М.: Дашков и К, 2009. - 248 с.
3. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2010. - 493с

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Брашнов, Д.Г. Основы индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Д.Г. Брашнов. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013.
2. Черевичко, Т.В. Теоретические основы гостеприимства [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т.В. Черевичко. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2014.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Крылова, Е.В. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Е.В. Крылова, В.В. Лиханова. - Чита: ЗабГУ, 2014. - 189 с.
2. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование: учеб. пособие / В.А. Романов [и др.]. - 2-е изд. - Ростов-на-Дону: МарТ, 2010: Феникс. - 221 с
3. Сенин, В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: учеб. пособие / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. - Москва: Финансы и статистика, 2007. - 144 с
4. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учеб.-метод. пособие / Л.И. Егоренков. - Москва: Финансы и статистика: Инфра-М, 2009. - 304с.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Тимохина, Т.Л. Гостиничный сервис: учебник / Т.Л. Тимохина. - М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 331 с

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;	http://www.biblioclub.ru/
ЭБС «Лань»;	http://www.e.lanbook.ru/
ЭБС «Юрайт»;	http://www.biblio-online.ru/
ЭБС «Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
ЭБС «Троицкий мост»	http://www.trmost.ru/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, АБВУУ FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения	

практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

1. Подготовка доклада (устное выступление): Планирование выступления Слушатели формируют мнение о Вас уже в первые несколько минут. После этого очень сложно изменить это мнение. Сделайте все возможное, чтобы это мнение было позитивным. У Вас не будет второго шанса произвести первое впечатление! Подумайте о том, что Вам нужно сказать во вступлении. Как минимум необходимо: • представиться (имя, должность, организация); • сказать, сколько будет длиться ваша презентация; • договориться о том, когда можно задавать вопросы - во время презентации или после; • представить тему вашей презентации; • установить доверительные отношения со слушателями; • заставить аудиторию слушать Вашу презентацию. Структура презентации Главным шагом планирования презентации является создание структуры основной части. Очень важно, чтобы за структурой презентации стояла логика подачи материала. Материал можно излагать: • в хронологическом порядке, • в порядке приоритета, • в территориальном порядке, • в тематической последовательности, • структурируя его по принципу «проблема-решение». Заключение выступления Хорошее заключение очень важно для успеха всей презентации. Еще раз выскажите основную мысль Вашей презентации. «Бросьте вызов» аудитории. Призовите к действию или пригласите на следующую презентацию.

2. Творческое задание (бизнес-план): Выполняется в письменном виде на бумаге формата А*4. МАКЕТ БИЗНЕС - ПЛАНА: Обложка: название фирмы, фамилия главы фирмы, адрес фирмы, номер телефона и факса фирмы. • Резюме: краткое содержание бизнес-плана. • Местонахождение фирмы. • Цель деятельности. • Отрасль и создаваемая (созданная) фирма. • Описание вида деятельности. • Виды услуг. • Оценка рынка медицинских услуг. • Конкуренция и конкурентное преимущество. • Организация и практика внешнеэкономических связей. • Стратегия маркетинга. • Затраты на оказание услуг. • Планируемая прибыль. РЕЗЮМЕ: КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА: Обычно резюме составляют на основе уже готовых пунктов плана. Затем, как бы обобщая их, из каждого раздела выписывают одно-два наиболее существенных предложения и цифровые показатели. Ориентировочно можно выделить следующие позиции данной части плана: - Ваши цели в бизнесе; - возможности бизнеса и стратегия их реализации; - намечаемые рынки сбыта и прогноз; - конкурентное преимущество; - прогнозируемые финансовые результаты; - компетенция и профессионализм Вашей управленческой команды; - требуемая сумма инвестиций. В рамках одного абзаца опишите Ваши цели и основные направления его достижения. Какие возможности имеются: новые услуги без конкурентов, укажите перспективы расширения рынка реализации Ваших услуг, включая международный. Этот пункт должен занимать 2-3 абзаца. В следующем пункте резюме описываете: какой сегмент рынка Вы охватываете с предполагаемой реализацией в количественном и денежном выражениях и моменты ценовой политики. Данный пункт должен занимать 3-4 абзаца. Очень коротко опишите конкурентное преимущество Ваших услуг, в чем проявляются эти моменты. Объем места

для этого 1-2 абзаца. Какие слабые места имеют Ваши конкуренты на рынке. Следующий пункт резюме должен быть посвящен финансовым результатам Вашего бизнеса: доходы и прибыль от деятельности, сроки оборота капитала, рентабельность производства и другие финансовые показатели, характеризующие эффективность Вашей деятельности. Дайте характеристику руководителям и специалистам в плане компетентности и наличия опыта, профессиональных качеств, достаточных для реализации целей и задач фирмы, отраженных в бизнес-плане. В завершение данного раздела-резюме оцените требуемую сумму для инвестиции или финансирования бизнес-плана в национальной валюте или в долларах США.

МЕСТОНАХОЖДЕНИЕ ФИРМЫ В этом разделе необходимо написать о выборе местонахождения фирмы, если этот вопрос решен, тогда какое значение оно имеет в реализации плана. Если данный вопрос будет решен в перспективе, тогда опишите какой идеальный вариант для Вас представляется и каким способом Вы достигнете это. В данном разделе необходимо ответить на следующие вопросы: - по какому адресу находится фирма? - какое значение имеет местонахождение фирмы для достижения цели и решения задач плана. - каковы особенности занимаемого помещения? - есть ли необходимость реконструкции помещения или офиса, если "Да" то, во что это обойдется? - как отразится на финансовой деятельности фирмы, оптимальный выбор местонахождения?

ЦЕЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Цель можно рассматривать как путь к желаемому состоянию, которого Вы хотели бы достичь. Целесообразно выделить общие и конкретные цели. Вообще целевая ориентация бизнес-плана является очень важной, поскольку от правильно сформулированной цели зависит конечная оценка Вашей деятельности. Таким образом, необходимо сформулировать общие цели и более конкретные цели, долговременные и текущие или оперативные цели. Желательно, правильно сформулировать основную цель деятельности фирмы, а конкретным целям дать описание их приоритетности и сроки их исполнения, что является условием достижения общей цели.

ОТРАСЛЬ И СОЗДАВАЕМАЯ (СОЗДАННАЯ) ФИРМА Необходимо описать общую картину и состояние рынка той отрасли, в которой работает Ваша фирма. Дайте емкость рынка, тенденции роста услуг и возможности появления новых потребителей. После описания отрасли, необходимо определить место фирмы или компании в данной отрасли и какую концепцию бизнеса необходимо сформулировать, т.е. какие услуги Ваша фирма будет предлагать; кто будет ее основным потребителем?

ОПИСАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ Цель данного раздела заключается в описании конкретных видов деятельности на ближайшие годы, при этом в перечне видов деятельности необходимо полнее их отражать. Однако, заметим, что из перечня видов деятельности указанных в Уставе, необходимо выделить именно те, которым и действительно будет заниматься фирма, т.е. какие услуги будет оказывать. Ответ на следующие вопросы отражают содержание данного раздела: - каково положение дел к моменту составления бизнес-плана: становление, расширение действующего предприятия, слияние или выделение из состава крупной компании? - каков юридический статус Вашей фирмы - частное владение, партнерство, корпорация, совместное предприятие и т.д.? - когда Ваша фирма начала (или будет начинать) функционировать?

ВИДЫ ОКАЗЫВАЕМЫХ ВАМИ УСЛУГ Эта часть бизнес-плана начинается с раздела, в котором описываются те услуги, которые Вы хотите предложить будущим потребителям. Здесь от Вас потребуются предельная четкость и прежде всего ответы на такие вопросы: - какие потребности призваны удовлетворить Ваши услуги? - в чем особенность и почему потребитель будет отличать их от услуг Ваших конкурентов и отдавать им предпочтение? - какими патентами или авторскими свидетельствами защищены особенности Вашей технологии? Очень важно наглядно изображать новые приборы и системы в виде фотографий или качественно оформленными рисунками. Здесь же в разделе должна

быть указана цена услуг и сравнительный анализ с ценами аналогичных услуг. Необходимо указать основные показатели качества услуг, преимущества его перед другими. Главный акцент делается на потребительские свойства услуг и какую пользу он может принести потенциальному потребителю. Кроме того, целесообразно ответить на следующие вопросы: - каковы слабые стороны оказываемых услуг? - охарактеризуйте качество жизненного цикла Ваших услуг? - какое время необходимо для начала оказания новых услуг? - каковы возможности адаптации (модификации) Ваших услуг к изменениям рынка? - могут ли Ваши услуги быть защищены авторскими правами, патентами, отличительными знаками? **ОЦЕНКА РЫНКА ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ:** Поиск целевого рынка осуществляется путем логических рассуждений на тему: “Кто заинтересован в Ваших услугах?” Начните со своей сегодняшней клиентуры или того, кто мог бы стать потенциальным клиентом, как только фирма начнет функционировать. Вы должны ответить на следующие вопросы: 1) Каким Вы представляете свой рынок? 2) Какие услуги пользуются спросом? 3) Кто является Вашим клиентом в настоящее время?

Сравнительно легко установить особенности покупательского спроса и прочие характеристики таких рынков, ежедневно наблюдая за ними и проводя выборочные исследования. Третий вопрос заслуживает особого внимания, поскольку Вашими услугами пользуются не только пациенты, но и работники фирм и организаций. Данные демографических исследований, которые сами по себе необходимы, подскажут, где найти свое место на рынке и как лучше организовать работу. Уже одно проведение простейшего демографического анализа даст Вам преимущество перед подавляющим большинством бизнесменов и менеджеров, которые полагаются на привычку и инерцию вместо того, чтобы заняться изучением рынка. Вам нужно научиться распознавать самого выгодного клиента и с полуслова понимать, что ему нужно. Это облегчит Вам последующий поиск нужной клиентуры, если Вы хотите ее увеличить. 4) Как бы Вы охарактеризовали свой рынок? 3. Доклады (письменная работа): 1. Общие положения 1.1. Доклад, как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить. 1.2. При написании доклада по заданной теме обучающийся составляет план, подбирает основные источники. 1.3. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения. 1.4. К докладу по крупной теме могут привлекать несколько обучающихся, между которыми распределяются вопросы выступления. 2. Выбор темы доклада 2.1. Тематика доклада определяется преподавателем. 3. Этапы работы над докладом 3.1. Формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию. 3.2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников). 3.3.

Составление списка использованных источников. 3.4. Обработка и систематизация информации. 3.5. Разработка плана доклада. 3.6. Написание доклада. 4. Структура доклада: - титульный лист - оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); - введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы); - основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы); - заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации); - список использованных источников. 5.

Структура и содержание доклада 5.1. Введение - это вступительная часть научно-

исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента. 5.2. Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показывается позиция автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента. В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д. 5.3. В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам. 5.4. Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания. 5.5. Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу, например: «Приложение 1». 6. Требования к оформлению доклада 6.1. Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем. 6.2. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения. 6.3. Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу. 6.4. Должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата. 4. Требования к содержанию и структуре итоговой работы в форме эссе Эссе – это итоговая индивидуальная самостоятельная письменная работа на предложенную тему преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Письменная работа должна включать: 1. Титульный лист, который заполняется по единой форме. 2. Введение, в котором описывается суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который следует найти ответ в ходе исследования. 3. Основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий: Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе желательно, чтобы один параграф содержал только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. 4. Заключение, которое содержит обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. 5. Список использованных источников 6. Приложения. Объем работы – 3000 слов без учета списка использованных источников и приложений. (Допускается изменение требуемого объема в пределе 10%). 5. Разработка презентации: Логическая последовательность создания презентации (этапы подготовки): 1. Структуризация учебного материала 2. Составление сценария реализации учебного материала 3. Разработка дизайна презентации 4. Подготовка медиафрагментов (тексты, иллюстрации, аудиофрагменты, видеофрагменты, анимация) 5. Тестирование проверка, доводка презентации 1. Структуризация учебного материала На основе учебной литературы отбирается необходимая содержательная часть, формулируются

основные тезисы, определяются ключевые моменты и ключевые слова 2. Составление сценария реализации учебного материала Презентация со сценарием – показ слайдов под управлением ведущего. Такие презентации могут содержать "плывущие" по экрану титры, анимированный текст, диаграммы, графики и другие иллюстрации. При этом, автор должен понимать, что объекты, особенно меняющие положение, должны быть обоснованы целью презентации. Сами по себе это объекты отвлекают внимание и могут мешать воспринимать информацию. Порядок смены слайдов, а также время демонстрации каждого слайда определяет докладчик. Он же произносит текст, комментирующий видеоряд презентации. Работу стоит начинать с оставления плана будущей презентации. Желательно, чтобы план был подробным. Текст на слайде зрители практически не воспринимают. Поэтому в презентациях (в особенности гуманитарного профиля) лучше оставить текст только в виде имен, названий, числовых значений, коротких цитат. Текстовая информация заменяется схемами, диаграммами, рисунками, фотографиями, анимациями, фрагментами фильмов. Если невозможно избежать текстовой информации, то на слайде должно присутствовать не более трех мелких фактов и не более одного важного. Кроме того, понятия и абстрактные положения до сознания зрителя доходят легче, когда они подкрепляются конкретными фактами, примерами и образами; и потому для раскрытия их необходимо использовать различные виды наглядности. В то же время возможно только необходимое использование анимации и эффектов. Лучше избегать обилия цифр. Числовые величины имеет смысл заменить сравнениями. Однако на этом пути тоже необходимо соблюдать чувство меры. Хороший результат по переключению внимания дает применение видеофрагментов, особенно озвученных. Они почти всегда вызывают оживление в аудитории. Зрители устают от голоса одного лектора, а здесь внимание переключается, и тем самым поддерживается острота восприятия. 3. Разработка дизайна презентации Важным моментом является выбор общего стиля презентации, унифицированной структуры и формы представления материала. Стиль включает в себя: 1 - общую схему шаблона: способ размещения информационных блоков; 2 - общую цветовую схему дизайна слайда; 3 - цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.; 4 - параметры шрифтов (гарнитура, цвет, размер) и их оформления (эффекты), 5 - способы оформления иллюстраций, схем, диаграмм, таблиц и др. Дизайн презентации должен соответствовать ситуации. Вся презентация должна выполняться в одной цветовой палитре, что создает у зрителя ощущение связности, преемственности, стильности, комфортности. Для сохранения единообразия презентации начинающим пользователям лучше использовать шаблон презентации PowerPoint. Рекомендуется выделять отдельные куски текста цветом; отдельные ячейки таблицы или всю таблицу цветом (фон ячейки или фон таблицы). Вся презентация выполняется в одной цветовой палитре, обычно на базе одного шаблона. Очень важным является фон слайдов. Являясь элементом заднего (второго) плана, фон должен выделять, оттенять, подчеркивать информацию, находящуюся на слайде, но не заслонять ее. Серьезные презентации не должны быть пестрыми, содержать яркие, «ядовитые» цвета и менять цветовую гамму от слайда к слайду. Если презентация состоит из нескольких больших тем, то каждая тема может иметь свою цветовую гамму, но не сильно отличаться от общей цветовой гаммы презентации. Не стоит делать фон слишком пестрым, это отвлекает аудиторию и затрудняет чтение текста. Для фона предпочтительны холодные тона или нейтральные тона: светло-розовый, сероголубой, желто-зеленый, коричневый. Легкие пастельные тона лучше подходят для фона, чем белый цвет. С другой стороны, белое пространство признается одним из сильнейших средств выразительности. Поскольку фон создает определенное настроение у аудитории и должен соответствовать теме презентации, то

иногда целесообразно использование "тематического" фона: сочетание цветов, несущие смысловую нагрузку и т. п. После ввода текста необходимо определиться с его расположением на каждом слайде, продумать его форматирование, т.е. определить размер, цвет шрифта, заголовков и основного текста. При подборе цвета текста помните, что текст должен быть «читаем», т. е. фон слайдов не должен «глушить» текст. Не рекомендуется использовать переносы слов, а также наклонное и вертикальное расположение подписей и текстовых блоков. При создании мультимедийного пособия предполагается ограничиться использованием двух или трех типов шрифта. Учитывая, что шрифты без засечек – гладкие, плакатные – (типа Arial, Tahoma, Verdana и т.п.) легче читать с большого расстояния, чем шрифты с засечками (типа Times), то:- для основного текста предпочтительно использовать плакатные шрифты; для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читается и не контрастирует с основным шрифтом. Рекомендуемые размеры шрифтов: для заголовков 32-50, оптимально – 36; для основного текста: 18 – 32, оптимально – 24. Не следует злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных), поэтому их допустимо использовать только для смыслового выделения небольших фрагментов текста. Наиболее важный материал, требующий обязательного усвоения, желательно выделить ярче для включения ассоциативной зрительной памяти. Для выделения информации следует использовать цвет, жирный и/или курсивный шрифт. Выделение подчеркиванием обычно ассоциируется с гиперссылкой, поэтому использовать его для иных целей не рекомендуется. Библиографические списки - библиографические записи использованных источников и помещаются в конце работы. Могут использоваться названия: «Список литературы», «Список использованной литературы», «Библиография». При составлении библиографических списков описанию подлежат все виды опубликованных и неопубликованных документов на любых носителях: книги, продолжающие издания (многотомные, сериальные), нотные, картографические, аудиовизуальные, технические, электронные и др., а также составные части документов (статьи из периодических изданий, сборников; часть произведения, имеющая самостоятельное заглавие и др.) Алгоритм составления библиографического списка 1. Расположите источники в следующей последовательности: 1.1. Законы, постановления правительства. 1.2. Нормативные акты, инструктивные материалы, официальные справочники. 1.3. Специальная литература. 1.4. Периодические издания 2. Расположите литературные источники в алфавитном порядке по фамилиям авторов, в случае, если количество авторов более трех - по названию книги, остальные материалы в хронологическом 3. При составлении списка использованной литературы указывайте все реквизиты источника: 3.1. Для официальных источников (нормативно-правовые акты) название нормативно-правового акта, год принятия, выходные данные: место издания, название издательства и количество страниц Выходные данные должны быть указаны обязательно и в соответствии с действующим ГОСТ. После каждого источника, включенного в библиографию, должны быть указаны ключевые слова (в качестве ключевых слов следует использовать конкретные элементы инфраструктуры).

Разработчик/группа разработчиков:
Елена Валерьевна Крылова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20__ г.