



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело,
направленность (профиль) «Руководитель гостиничного предприятия»**

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И АКАДЕМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины - формирование у обучающихся компетенций, позволяющих им, понимать и глубоко осмысливать основные положения методологии научного исследования с целью расширения интеллектуального потенциала, формирования научного мировоззрения и методологической культуры. А также развить представления о принципах и методах исследования применительно к предметной области магистерской программы.

Задачи дисциплины:

- ввести понятийный аппарат научно-исследовательской деятельности, дать представление об основных понятиях методологии научного исследования, формах и методах научного познания, принципах организации научно-исследовательской деятельности;
- ознакомить с характеристиками и значимыми признаками научных текстов разных типов (аннотация, реферат, рецензия, доклад, тезисы, статья и пр.);
- сформировать основу научной методологической культуры;
- заложить основы для осуществления устного и письменного анализа явлений, процессов и ситуаций, возникающих в практике туристской деятельности.
- сформировать умения использовать полученные знания о методологии и методах организации научного исследования в своей учебно-профессиональной деятельности;

ознакомить с методикой и технологией написания, оформления и защиты магистерской диссертации в соответствии с нормами стиля и требованиями к содержанию данного вида НИР

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: метод критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подход; приемы руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; основы педагогической деятельности по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам

Уметь: анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие; осуществлять педагогическую деятельность по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для индустрии туризма

Владеть: навыком критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий и анализа задачи, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; навыками руководства работой

команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; навыками осуществления педагогической деятельности по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для индустрии туризма

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью дисциплины является:

- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной и профессиональной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами и на профессиональных площадках (конференциях и т.д.);
- формирование переводческих компетенций, приобретение обучаемыми совокупности теоретических знаний, практических умений и навыков для осуществления адекватного двуязычного перевода;
- формирование у студентов необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной культуры для ведения профессиональной переписки и поддержания профессионального взаимодействия;
- формирование у студентов способности и готовности к межкультурной коммуникации, необходимой и достаточной для использования иностранного языка в профессионально-коммуникативной, научно-исследовательской, экспертно-аналитической, редакционно-издательской и культурно-просветительской деятельности.

Задачи дисциплины:

- уметь интерпретировать профессиональные тексты на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть профессиональными навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- овладеть профессиональными навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; методы использования лингвистических средств для создания и продвижения медиапродукта; основные языковые нормы и стилистические обороты на русском и иностранном языках и как их применять при выполнении заданий по данному виду практики; профессиональные, культурные, региональные особенности русского и иностранных языков в профессиональной риторике в сфере рекламы и связей с общественностью; основные и вариативные форматы осуществления невербальных типов коммуникации в русском и иностранных языках в зависимости от целей коммуникативного взаимодействия в ходе профессиональной деятельности в качестве практиканта; основы педагогической деятельности по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам; принципы педагогической деятельности по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам.

Уметь: использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения

деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения медиапродукта; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения медиапродуктов при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; читать, переводить и составлять документы на русском и иностранном языках для сопровождения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта, в т.ч. с учетом особенностей норм и правил юридического языка; осуществлять устную публичную массовую коммуникацию на русском и иностранном языках с использованием невербальных форм общения к целям коммуникативного взаимодействия с различными типами аудиторий в ходе выполнения профессиональной деятельности в качестве практиканта; использовать основные информационно-коммуникационные технологии педагогическую деятельность по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для сферы гостеприимства и общественного питания.

Владеть: навыками использования языковых норм и стилистических оборотов в рамках собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения медиапродукта при осуществлении профессиональной деятельности в качестве практиканта; навыками составления документов на русском и иностранном языках, в т.ч. в рамках ведения деловой переписки и ведения переговоров, в т.ч. с задействованием приемов профессиональной риторики и невербальных форм коммуникаций, адаптированных к целям коммуникативного взаимодействия для обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта; основы педагогической деятельности по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам.

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Цель дисциплины – сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения в мультикультурных, полиэтнических и поликонфессиональных обществах, адаптации к новым культурным и культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур, для понимания растущей роли межкультурного диалога, компромисса и согласия в повседневной и профессиональной жизни современного общества. Достижение этой цели создает условия для развития диалогического мышления и дискурсивной коммуникации, ориентированных на свободное обсуждение и принятие мнений с целью организации совместных действий людей, на преодоление социокультурных барьеров, культурных предрассудков и связанных с ними культурных конфликтов, на принятие культурного разнообразия общества и мира.

Задачи дисциплины включают в себя: 1) знакомство с историей возникновения и теоретическими основами направления «межкультурная коммуникация»; 2) овладение дискурсом данного направления, его основными терминами и концептами; 3) формирование умений, навыков, способностей межкультурного общения, преодоления культурных барьеров и адекватного понимания средств и правил межкультурной коммуникации; 4) развитие способностей рефлексивного и толерантного отношения к культурным различиям, к иным формам культурной идентичности и культурного поведения. При решении этих задач учитывается следующее важное обстоятельство: традиционные системы формирования коммуникативных навыков и умений в виде обычной социализации, воспитания, дидактических моделей передачи знаний не всегда должным образом решают указанные задачи. Усложнение коммуникаций в современном

глобализирующемся и информационно-сетевом мире должно сопровождаться развитием и усвоением специальных средств подготовки людей к усложняющимся условиям коммуникации как на социальном, так и на профессиональном уровне. Одним из таких средств, направленных на повышение и совершенствование межкультурной компетентности, становится практическое обучение межкультурной коммуникации в форме разнообразных коммуникативных тренингов. Это обстоятельство учитывается в структуре курса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- Типовые проблемные ситуации межкультурного взаимодействия и их решения
- Основы социальной психологии по обеспечению межкультурного взаимодействия
- Моральные, этические, ценностные и юридические основания недискриминационного взаимодействия в российском и зарубежном пространстве

Уметь:

- Идентифицировать стадии, причины и последствия потенциальных конфликтов с целью управления конфликтной ситуацией
- Идентифицировать нарушения недискриминационной политики

Владеть:

- Методами и приемами решения, модерирования и управления этическими, религиозными и иными конфликтами
- Навыками преодоления и стимулирования преодоления коммуникативных барьеров в межкультурном взаимодействии
- Навыками противодействия дискриминации в межкультурном взаимодействии

ОТЕЛЬНОЙ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: предоставление студентам системы теоретических знаний и практических навыков в области задач, структуры и методов маркетинговой деятельности турфирм как субъектов рынка.

Задачи дисциплины:

- дать теоретические основы маркетинга, ознакомить с российским и зарубежным опытом в области маркетинга и показать возможность его использования на гостиничных предприятиях туризма;
- научить разрабатывать маркетинговый инструментарий и использовать его при анализе конъюнктуры гостиничного рынка с целью получения информации для принятия альтернативных управленческих решений;
- научить проводить маркетинговые исследования и показать их возможности в гостеприимстве;
- научить разрабатывать комплекс маркетинга гостиничного предприятия.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основы маркетинга, содержание современной маркетинговой политики в индустрии гостеприимства; основные концепции маркетинга, как важнейшего управленческого инструмента.

Уметь: выявлять наиболее важные и устойчивые тенденции в динамике развития гостиничного бизнеса и прогнозировать будущее

Владеть: способностью к подготовке аналитических материалов по проведению маркетингового анализа гостиничного предприятия в определенном временном периоде и возможностей выявления ее потенциала в будущем.

Обладать базовыми знаниями в области маркетинговых отношений в гостиничном бизнесе

ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель дисциплины: является углубленное изучение теоретических основ и получение практических навыков в области управления персоналом организации в гостиничной индустрии. В процессе изучения курса у студентов формируются четкие представления о понятийном аппарате данной дисциплины, об основных направлениях в этой области; изучаются процессы становления и правового регулирования рынка труда, особенностей его функционирования; приобретаются знания в области законов и явлений, формирующих основы управления персоналом; студенты осознают место и роль управления персоналом в системе управления организацией.

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы управления персоналом организации;
- познакомиться с процессами формирования рынка труда и его функционирования в условиях современной экономики;
- приобрести знания в области основных законов и явлений, формирующих основы управления персоналом в системе управления организацией

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать теоретические, методологические и правовые основы управления персоналом современной организации;

уметь выстраивать эффективно работающий трудовой коллектив; результативно выполнять все функции управления персоналом;

владеть методами и технологиями управления персоналом в современной, быстро меняющейся, высококонкурентной среде

СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Цель дисциплины: дать студентам базовые сведения по современному деловому этикету - теоретические знания и практические навыки сознательного применения профессионально-ориентированных принципов при анализе возникающих вопросов и проблем в сфере бизнеса и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- развить навыки устной и письменной деловой коммуникации в сфере экономического (туристического) бизнеса, а именно - преодолевать барьеры в общении, искусно вести деловые переговоры, совещания, успешно выступать перед аудиторией.
- научить применять теоретические знания основ корпоративной культуры в практической работе, - а именно: организовывать работу исполнителей, принимать решения в соответствии с практиками современной управленческой культуры
- сформировать представление о нормах и практиках современного делового этикета.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия делового этикета, этические основания управленческой практики в современных организациях; особенности делового общения в современных экономических условиях, вербальные и невербальные средства коммуникаций, основные формы делового общения, вопросы теории корпоративной культуры;

Уметь организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства

Владеть: навыками устной и письменной деловой коммуникации в сфере экономического (туристического) бизнеса.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в современных условиях российской действительности, а также овладение принципами и методами маркетингового анализа деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в рамках понимания процесса управления маркетингом

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о понятиях маркетинговой деятельности в сфере разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- рассмотреть маркетинговые и управленческие концепции, принципы и функции;
- освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования, организации и контроля в системе маркетинга предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в различных рыночных ситуациях.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ И ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧНЫХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРУ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целью освоения дисциплины является овладение компетенциями и знаниями об особенностях формирования производственной концепции и внедрения технологических инноваций в сферу гостеприимства и общественно питания.

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания об инновационной деятельности в сфере гостеприимства;
- рассмотреть особенности разработки производственной концепции в сфере гостеприимства;
- выявить сущность инновационного менеджмента в сфере гостеприимства ;
- сформировать у обучающихся знания о базовых категориях инновационного продукта;
- ознакомить с эффективными формами организации и управления инновационной деятельностью в сфере гостеприимства;
- сформировать у обучающихся знания и выработать практические навыки технологического прогнозирования, разработки и управления инновационными продуктами в сфере гостеприимства;
- сформировать у обучающегося знания об основных показателях и выработать практические навыки использования методик оценки экономической эффективности и рискованности инвестиций в инновационные продукты в сфере гостеприимства

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

АРХИТЕКТУРА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целями освоения учебной являются овладение компетенциями и формирование системы знаний о роле планирования при разработке и принятии управленческих решений на предприятиях гостиничной индустрии

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о понятиях стратегического планирования деятельности гостиничного предприятия;
- формирование у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления проектной деятельностью фирмы с использованием зарубежного опыта и теоретических знаний.
- освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в различных рыночных ситуациях.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять методы стратегического планирования предприятий в профессиональной деятельности.

Владеть навыками управления проектной деятельностью в индустрии туризма.

РЕВЕНЮ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целями освоения учебной являются овладение компетенциями и формирование системы знаний о роле планирования при разработке и принятии управленческих решений на предприятиях гостиничной индустрии

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о базовых стратегиях управления доходами гостиничного предприятия;
- изучить методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами;
- сформировать у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления показателями доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.),

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть

навыками сбора и обработка информации в системах управления доходами.

- управления показателями доходности гостиничного предприятия

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель освоения учебной дисциплины состоит в том, чтобы дать магистру знания о сущности и основном содержании процессов и систем в гостиничной деятельности, рассмотреть

основные критерии моделирования оптимизации бизнес-процессов. Подготовить магистров к умению проектировать и анализировать процессы гостиничной деятельности, улучшать и повышать эффективность работы предприятия сферы гостеприимства

Задачи дисциплины:

- приобретение систематизированных знаний об управлении процесса бизнес-планирования;
- овладение практическими навыками бизнес-планирования, методами и способами разработки бизнес-плана;
- проведение проектного анализа при создании или развитии предприятия индустрии гостеприимства.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Цель дисциплины - освоение методологии научно-исследовательской деятельности в сфере организационного обеспечения инновационных проектов в международном туризме и формирование методологической готовности магистранта к осуществлению научно-исследовательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- обучение умениям и навыкам академической работы;
- подготовка и проведение научных исследований;
- подготовка и написание научных работ;
- подготовка к презентации и публичному выступлению с результатами научно-исследовательской работы;
- академическое обсуждение и критика готовых научно-исследовательских работ, выработка умений и навыков ведения научной дискуссии

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: особенности вовлечения в хозяйственный оборот ресурсов, идей, получаемых из внешней среды; основы управления человеческими ресурсами в создании проектов.

Уметь: проводить исследование практик коллаборации в целях развития профессиональных проектов; использовать инструменты вовлечения кадровых ресурсов на отдельные проекты.

Владеть: навыками планирования задач развития туристских проектов с учетом ограничений нормативного и ресурсного характера; навыками оценки эффективности управления человеческими ресурсами в проектах парадигмы открытых систем.

ТЕХНОЛОГИИ БРЕНДИНГА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Цель дисциплины: сформировать систему знаний об экологии туризма как совокупности видов деятельности по организации эксплуатации и охраны рекреационных комплексов при использовании их в различных видах туристско-рекреационной деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с важнейшими тенденциями развития и глобальными проблемами человечества в начале XXI века;
- ознакомить студентов с основными методами эксплуатации и охраны рекреационных ресурсов и направлениями их использования в учреждениях туристской индустрии;
- изучить перспективные направления эколого-туристской деятельности;
- исследовать особенности экологического использования туристских и курортных территорий;
- ознакомить студентов с методами проектирования комфортной окружающей среды на туристско-рекреационных территориях;
- сформировать представления об административно-правовых механизмах охраны окружающей среды, используемых государством для принуждения хозяйствующих субъектов к соблюдению природоохранных норм;
- ознакомить студентов с понятием «экологический аудит», изучить современную практику и перспективы внедрения в туристскую индустрию России.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: технико-экономическое обоснование инновационных проектов в индустрии гостеприимства на разных уровнях; основы концепции предприятия индустрии гостеприимства, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия индустрии гостеприимства; основы научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; основы организации работы команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

Уметь: осуществлять технико-экономическое обоснование продуктов индустрии гостеприимства; формировать идею проекта, организовывать проектную деятельность; анализировать дистанционные технологии повышения квалификации персонала; формировать научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; реализовывать свою роль в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.

Владеть: навыками осуществлять технико-экономическое обоснование продуктов индустрии гостеприимства; навыками формирования идеи проекта, организации проектной деятельности на основе управления устойчивым развитием индустрии гостеприимства; навыками формирования научно-аналитическое обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; навыками реализации свою роль в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.

СТРАТЕГИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Цель дисциплины: познание теоретических основ и овладение практическими технологиями современного переговорного процесса, формирование коммуникативно развитой личности, осознанно и гибко владеющей искусством подготовки, ведения переговоров, принятия конструктивных решений.

Задачи:

- Раскрытие места дисциплины как интегральной дисциплины в системе социогуманитарного знания;
- формирование рациональной эффективной технологии подготовки и результативной техники ведения переговоров;

- теоретическое и практическое ознакомление с видами, жанрами, техниками подготовки и ведения переговоров, которые наиболее полно соответствуют профессиональным и личностным запросам обучаемых.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- Модели поведения в команде с целью повышения эффективности реализации группового проекта в переговорном процессе;
- установки и интересы участников делового общения; психологические типы людей и их влияние на деловые отношения, этапы переговорного процесса;

Уметь:

- обновлять групповые стратегии переговорного процесса в ходе взаимодействия с другими представителями сферы гостеприимства и общественного питания;
- воспринимать и получать информацию в процессе делового общения;

Владеть:

- навыками трансформации стратегии и программ переговорного процесса
- переговорными качествами.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Цель дисциплины: сформировать систему знаний об экологии туризма как совокупности видов деятельности по организации эксплуатации и охраны рекреационных комплексов при использовании их в различных видах туристско-рекреационной деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с важнейшими тенденциями развития и глобальными проблемами человечества в начале XXI века;
- ознакомить студентов с основными методами эксплуатации и охраны рекреационных ресурсов и направлениями их использования в учреждениях туристской индустрии;
- изучить перспективные направления эколого-туристской деятельности;
- исследовать особенности экологического использования туристских и курортных территорий;
- ознакомить студентов с методами проектирования комфортной окружающей среды на туристско-рекреационных территориях;
- сформировать представления об административно-правовых механизмах охраны окружающей среды, используемых государством для принуждения хозяйствующих субъектов к соблюдению природоохранных норм;
- ознакомить студентов с понятием «экологический аудит», изучить современную практику и перспективы внедрения в туристскую индустрию России.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: технико-экономическое обоснование инновационных проектов в индустрии гостеприимства на разных уровнях; основы концепции предприятия индустрии гостеприимства, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия индустрии гостеприимства; основы научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; основы организации работы команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

Уметь: осуществлять технико-экономическое обоснование продуктов индустрии гостеприимства; формировать идею проекта, организовывать проектную деятельность;

анализировать дистанционные технологии повышения квалификации персонала; формировать научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; реализовывать свою роль в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.

Владеть: навыками осуществлять технико-экономическое обоснование продуктов индустрии гостеприимства; навыками формирования идеи проекта, организации проектной деятельности на основе управления устойчивым развитием индустрии гостеприимства; навыками формирования научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы индустрии гостеприимства; навыками реализации свою роль в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.

СТАНДАРТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Цель дисциплины (*модуля*): подготовить студента для осуществления в основной деятельности, соответствующих профессиональных компетенций по курсу..

Задачи :

- приобретение навыков, необходимых для управления персоналом в средствах размещения;
- изучение особенностей взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами в избранной профессиональной сфере;
- выявление способности контролировать и оценивать эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: Принципы государственного регулирования сферы гостеприимства. Цели и задачи стандартизации и сертификации сферы гостеприимства. Категории и основные виды стандарты в России.

Уметь: Анализировать законодательство, регулирующие процессы стандартизации и сертификации сферы гостеприимства. Применять различные виды стандартов на практике. Проводить сертификацию по правилам, установленным законодательством сферы гостеприимства.

Владеть Основными действующими национальными стандартами в сфере гостеприимства. Знаниями организации и обеспечения контроля качества сферы гостеприимства. Специфику стандартизации и сертификации гостиничной деятельности

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целями освоения учебной являются овладение компетенциями и формирование системы знаний о роле планирования при разработке и принятии управленческих решений на предприятиях гостиничной индустрии

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о понятиях стратегического планирования деятельности гостиничного предприятия;
– формирование у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления проектной деятельностью фирмы с использованием зарубежного опыта и теоретических знаний.

- освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в различных рыночных ситуациях.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать

основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Уметь

применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Осуществляет стратегическое планирование и организацию деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Владеть

навыками определения трендов в индустрии туризма.

Находит и оценивает новые рыночные возможности, формулирует бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничного предприятия

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель дисциплины: подготовить специалиста, обладающего знаниями и навыками в области правового обеспечения профессиональной деятельности в сфере гостеприимства, способного организовывать свою профессиональную работу в строгом соответствии с действующим законодательством и нормами международного права.

Задачи дисциплины:

1. Изучить правовые основы государственного регулирования деятельности в индустрии гостеприимства;
2. Сформировать знания о правах и законных интересах граждан - потребителей услуг, их гарантировании, способах защиты, а также о правовых основах безопасности в индустрии гостеприимства;
3. Знать основные источники правового регулирования гостиничной деятельности;
4. Приобрести навыки и умения работать с нормативными правовыми актами, регулирующими сферу профессиональной деятельности;
5. Сформировать компетенции по организации профессиональной деятельности на основе действующего законодательства, стандартов, международных норм и правил.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать:

- права и законные интересы потребителей услуг, их гарантирование, способы защиты;
- правовые основы безопасности;
- правовые основы государственного надзора в сфере профессиональной деятельности;
- основания и виды ответственности по законодательству Российской Федерации за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств.

Уметь:

- разрабатывать документы в соответствии с нормативными требованиями;
- осуществлять и организовывать профессиональную деятельность на основе требований законодательства; обеспечивать соблюдение прав и законных интересов потребителей услуг

Владеть:

- навыками применения правовых знаний в корпоративном нормотворчестве и документообороте.
- юридической терминологией и применением ее в профессиональной деятельности;
- навыками применения правовых знаний к конкретной профессиональной ситуации.

РАЗВИТИЕ КАДРОВЫХ РЕСУРСОВ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Целями освоения учебной дисциплины является изучение основных теоретических подходов, методов управления деловой карьерой и служебно-профессионального продвижения персонала, работы с кадровым резервом, что способствует развитию профессиональной мобильности, гибкости, целенаправленности в вопросах профессионального развития

Задачи дисциплины:

- знание основ разработки и внедрения требований к должностям;
- изучение роли социализации, профориентации и профессионализации персонала в процессе управления профессиональной карьерой;
- приобретение знаний в области анализа и применения методов управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом;
- изучение основ управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала;
- формирование представлений о теории и практике построения карьеры.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО

Целями освоения учебной дисциплины является получение обучающимися основ теоретических знаний и практических навыков по формированию ценностей, компетенций, необходимых для лидерства и работы в команде в стратегической перспективе.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание системы развития лидерских качеств, стиля лидерства, развития навыков их воплощения и достижения их в команде;
- научить навыкам целеполагания и мотивирования сотрудников на решение задач различных типов для реализации стратегии организации и воплощения ее миссии;
- навыкам создания и управления командами различных типов; побудить обучающихся к самостоятельному поиску необходимой информации для совершенствования уровня знаний и умений в области лидерства и управления командой.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к пониманию системы развития лидерских качеств.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками создания и управления командами различных типов.

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся компетенций в области управления качеством продукции и услуг в гостиницах и предприятиях общественного питания.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с основными понятиями, терминологией по управлению качеством продукции и услуг;
- формирование умений и навыков разработки мероприятий по управлению качеством и безопасностью пищевых продуктов, оценки их эффективности;
- формирование навыков работы с нормативной документацией и проведения аудита для оценки состояния пищевой безопасности, эффективности управления качеством пищевых продуктов в предприятиях и службе питания гостиниц

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель изучения дисциплины – способствовать подготовке квалифицированных кадров, способных успешно работать в экстремальных условиях кризиса, банкротства и санации предприятия.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о необходимости и роли антикризисного управления;
- знания основ теории антикризисного управления в объеме, необходимом для самостоятельного соответствующего анализа и диагностики социально-экономического состояния организации, территории;
- дать знания и практические навыки в применении методов и инструментов антикризисного управления предприятием;
- подготовить слушателей (магистрантов) к самостоятельному освоению широкого спектра оценки и диагностики несостоятельности хозяйствующих субъектов.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в

ходе обучения. Наряду с практической целью – профессиональной подготовкой, курс иностранного языка ставит образовательные и воспитательные задачи.

Задачи дисциплины: интеллектуальное, культурное, нравственное и профессиональное развитие и самосовершенствование обучаемых:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть базовыми навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии;
- овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- научиться аннотировать и реферировать научную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры.

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

- понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения.

Владеть:

- базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;
- языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
- различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
- способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
- навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
- информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (КИТАЙСКИЙ)

Цель дисциплины: Китайский язык как средство общения лексика и иероглифика.

Задачи дисциплины: дать представление студентам, изучающим японский язык, о еще одном восточном языке, его принципах функционирования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: — лексику и грамматику в пределах пройденного материала;

Уметь: бегло и правильно читать пройденные тексты;

— в рамках изученных тем пересказывать содержание текстов на китайском языке

— вести беседу без ошибок в произношении, грамматике, словоупотреблении;

— вести диалог, используя пройденные грамматические конструкции;

— переводить без словаря с русского языка на китайский связные тексты на пройденную лексику и грамматику

Владеть: — навыками чтения и перевода отдельных слов, предложений и текстов в пределах пройденной лексики, а также навыками перевода незнакомого текста со словарем;

— навыками ведения беседы в рамках освоенной лексики;

— навыками составления письменных текстов в рамках пройденной тематики

ГОСТИНИЧНЫЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ

Цель изучения дисциплины – приобретение обучающимися теоретических знаний и практических навыков для освоения принципов построения эффективного девелопмента.

Задачи изучения дисциплины:

– получение теоретических представлений о современном девелопменте;

– формирование представление о практическом применении инструментов и стратегий девелопмента на отдельных территориях;

– приобретение навыков разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области девелопмента.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в формировании представления о практическом применении инструментов и стратегий деelopмента.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКАМИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель изучения дисциплины – формирование у слушателей знания о контрактной системе, правовом обеспечении, планировании и обосновании закупок, порядке осуществления закупок,

контрактах, мониторинге, контроле, аудите и защите прав участников закупок в организациях

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть процесс планирования и обоснования закупок в организациях;
- изучить механизм осуществления закупок в организациях;
- изучить порядок заключения, исполнения, изменения и расторжения контрактов;
- изучить мониторинг и аудит в сфере закупок

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в правовом обеспечении, планировании деятельности.

Владеть навыками определения трендов в планировании и обосновании закупок, порядке осуществления закупок.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСТИНИЦ С ТУРИСТСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Целью дисциплины «Организация взаимодействия гостиниц с туристскими предприятиями» является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность организовывать работу гостиниц и туристских предприятий по обслуживанию потребителей туристских услуг.

Задачи дисциплины:

- изучение туристского предприятия, его деятельности;
- освоение особенностей продукта, предоставляемого туристскими предприятиями;
- освоение организации обслуживания туристов в гостинице;
- освоение особенностей взаимодействия гостиницы с туристскими предприятиями.

В результате освоения дисциплины «Организация взаимодействия гостиниц с туристскими предприятиями» *обучающийся* должен:

Знать: теоретические основы организации обслуживания на предприятиях индустрии туризма, деятельность туристских предприятий, в том числе гостиничного комплекса; особенности обслуживания туристов в гостиницах, современные технологии, используемые в деятельности гостиничного предприятия, формы и технологию взаимодействия гостиницы с предприятиями предоставляющими туристские услуги.

Уметь: определять значение туристских предприятий в развитии отрасли,

определять потребителей туристских и гостиничных услуг и их потребности, оценить эффективность деятельности гостиничного предприятия, в том числе его взаимодействия с туристскими предприятиями, контролировать деятельность служб гостиничного предприятия по предоставлению качественного и безопасного обслуживания; определять роль современных технологий отвечающих требованиям потребителей в деятельности гостиничного предприятия.

Владеть: способностью организовать качественное и безопасное обслуживание в гостиничном предприятии туристов, приемами сбора информации по потребительскому спросу на рынке; способами оценки эффективности деятельности гостиничного предприятия, использования современных технологий в деятельности гостиниц, основными формами взаимодействия гостиниц с туристскими предприятиями.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель курса знакомство с основами имиджологии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Задачами курса являются:

- изучение специфики работы по формированию имиджа, функциональных схем построения отделов, работающих в направлении формирования и управления имиджем;
- приобретение знаний в области основных теорий управленческого и коммуникационного менеджмента; психологических, социальных, лингвистических приёмов формирования имиджа;
- формирования у студентов умения выявлять проблемные ситуации в сфере деятельности по развитию и управлению имиджем;

По итогам изучения дисциплины «Имиджеология в гостиничной деятельности» магистранты должны:

знать:

основные виды имиджа и их структуру; правила и этапы управления имиджем; способы конструирования персонального и публичного имиджа гостиничного предприятия

уметь:

производить оценку и тестирование имиджевых характеристик; составлять программу коррекции и конструирования имиджа.

владеть:

навыками анализа информации необходимой для формирования, развития и совершенствования имиджа; приёмами выявления проблемных ситуаций в сфере деятельности по развитию и управлению имиджем и устранения их.

ПРАВОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Цель дисциплины – комплексное изучение правовой безопасности в информационном пространстве, в том числе особенностей регламентации различных областей деятельности и юридической защиты в киберпространстве.

Задачи дисциплины:

- получение знаний о правовой безопасности в информационном пространстве, включая особенности регламентации отдельных областей деятельности и специфики мер правовой защиты в киберпространстве.
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовывать меры правовой защиты в информационном пространстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этапы развития информационной безопасности; систему законодательства об информационной безопасности и ответственность за его нарушение; систему мер правовой защиты в информационном пространстве в различных областях (сферах) деятельности.

Уметь: применять нормы законодательства для осуществления правовой защиты в информационном пространстве.

Владеть: знаниями законодательства в сфере информационного пространства; знаниями по соблюдению информационной безопасности; специальными навыками правовой защиты в информационном пространстве.

ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА XX – XXI ВВ.: ПОДХОДЫ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Цель дисциплины – комплексное изучение различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, анализ информационных ресурсов по тематике исследования, а также свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации.

Задачи:

- изучение визуальных основ и практик 20-21 вв.;
- приобретение навыков анализа и интерпретации визуальной культуры;
- приобретение навыка критического анализа объектов и текстов визуальной культуры от фотографий и кинематографа заканчивая архитектурой и инсталляциями, работе с исследовательской литературой и с источником.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать широту и вариативность исследовательского, методологического инструментария, сформулированного в современном гуманитарном знании и применяемого для анализа различного по характеру современного и актуального визуального материала.

Уметь анализировать визуальные тексты разного типа и жанров, овладев исследовательскими подходами и навыками интерпретаций.

Владеть комплексом идей и концепций, возникших в визуальной культуре XX-XXI вв. в рамках различных художественных течений и практик модерна и постмодерна.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ЭКОНОМИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Цель дисциплины – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

Задачи дисциплины:

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;
- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;
- Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;

— содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

Уметь:

- выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;
- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

Владеть:

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и навыков в области социальной предпринимательской и проектной деятельности с ориентиром на реалии Российской Федерации.

Задачи:

- ознакомление с лучшим международным и российским опытом ведения бизнеса в социальной сфере;
- обучение бизнес-планированию, основам проектного управления;
- получение знаний в области правовых и финансовых основ бизнеса и государственных программах поддержки малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия из области социального предпринимательства и проектного менеджмента; основные подходы к организации проектной деятельности в Российской Федерации и в мире.

Уметь: предлагать и разрабатывать концепцию социальных проектов для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; определять перспективы экономической устойчивости социальных проектов

Владеть навыками планирования, разработки и создания социального бизнеса или проекта.