**Методические указания к выполнению контрольной работы**

**по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии»**

**для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм»**

**заочной формы обучения**

Контрольная работа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии» имеет целью дополнить и закрепить полученные в период сессии знания, подготовиться к итоговому контролю. Главной целью контрольной работы является итоговый контроль полученных профессиональных знаний в области менеджмент в индустрии туризма путем планомерного, систематизированного изучения рекомендуемой литературы и получение практических навыков в рамках изучаемых по курсу проблем. При проверке контрольной работы преподаватель будет оценивать то, как студент понимает содержание дисциплины, его способность применять теории и концепции дисциплины, а также умение систематизировать и ясно излагать свои мысли.

Варианты контрольных работ установлены с учетом последней и предпоследней цифр номера зачетной книжки. *Пример: если Вы имеете последние две цифры: 12, значит согласно пересечению Ваши вопросы № 12,33,50.* Контрольная работа выполняется студентами в форме реферата. Структура контрольной работы включает три вопроса (в соответствии с вариантом) и список использованных источников. **Работы, не отвечающие обязательным для студента вариантам, не будут засчитываться.**

При подготовке контрольной работы студент подбирает и изучает необходимую литературу как отечественных, так и зарубежных авторов. В работе могут быть использованы материалы реальных организаций (например, по месту работы студента), в этом случае ценность работы повышается.

**ТЕКСТ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ДОЛЖЕН БЫТЬ ОТПЕЧАТАН НА КОМПЬЮТЕРЕ ЧЕРЕЗ ПОЛТОРА МЕЖСТРОЧНЫХ ИНТЕРВАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ШРИФТА TIMS NEW ROMAN CYR № 14, ВЫРАВНИВАНИЕ ПО ШИРИНЕ. Приблизительный объем контрольной работы должен составлять 10-15 страниц. Расстояние от границ листа до текста слева – 30 мм, справа – 10 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа – 20 мм, абзацный отступ – 1,25.**

В случае возникновения затруднений студент консультируется у ведущего преподавателя.

**Вариант контрольной работы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Предпослед. цифра зачетной книжки | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Последняя цифра зачетной книжки | | | | | | | | | |
| Номера вопросов | | | | | | | | | |
| 0 | 1,18,36 | 2,40, 11 | 3,24,13 | 4,25,32 | 5,26,40 | 6,27,41 | 7,28,42 | 8,29,43 | 9,30,54 | 1,25,39 |
| 1 | 10,31,22 | 11,32,20 | 12,33,50 | 13,34,26 | 14,35,7 | 15,36,44 | 16,37,23 | 17,38,50 | 18,39,44 | 3,23,18 |
| 2 | 19,51,6 | 20,31,59 | 21,33,10 | 22,35,3 | 23,37,9 | 24,39,4 | 25,40,14 | 26,1,33 | 27,3,16 | 5,21,36 |
| 3 | 28,5,19 | 29,7,19 | 30,9,27 | 31,11,46 | 32,13,43 | 33,15,48 | 34,17,6 | 35,19,23 | 36,21,45 | 7,40,25 |
| 4 | 37,23,4 | 38,25,8 | 39,2,49 | 40,4,28 | 1,6,17 | 3,8,50 | 5,47,59 | 7,12,60 | 9,14,46 | 8,39,24 |
| 5 | 1,16,27 | 13,18,33 | 5,20,44 | 17,22,39 | 19,24,41 | 21,26,9 | 23,28,3 | 25,40,12 | 27,1,47 | 10,38,55 |
| 6 | 29,3,52 | 31,5,22 | 33,7,12 | 35,9,29 | 37,11,18 | 39,13,21 | 40,14,20 | 1,12,49 | 2,14,31 | 3,36,62 |
| 7 | 4,16,33 | 6,18,30 | 8,20,35 | 10,22,4 | 12,24,39 | 14,26,46 | 16,28,49 | 18,30,4 | 20,32,58 | 4,34,15 |
| 8 | 3,34,10 | 24,36,53 | 26,38,3 | 28,40,1 | 1,36,50 | 3,34,21 | 5,32,43 | 7,30,15 | 9,28,48 | 6,32,56 |
| 9 | 8,26,35 | 10,24,31 | 12,20,42 | 14,40,26 | 16,38,5 | 18,36,29 | 20,34,40 | 22,32,61 | 24,30,3 | 8,30,57 |

**Теоретические вопросы**

1. Сущность, содержание и специфика управления. Ключевые категории концепции управления.

2.Сущность управленческой деятельности.

3.Концепции управления. Современные взгляды на управление.

4.Типы организаций, их виды.

5. Менеджмент: типы управления. Особенности российского менеджмента.

6. Сущность и содержание маркетинга туристского предприятия. Основные понятия маркетинга.

7.Сравнительные особенности моделей менеджмента. Американская и японская модели

менеджмента.

8. Эволюция концепции маркетинга. Функции и основные принципы маркетинга туризма.

9.Сущность и классификация функций управления.

10. Маркетинговые исследования: сущность и основные категории.

11.Методики анализа внешней и внутренней среды предприятия.

12.Факторы внешней и внутренней среды предприятия.

13. Рынок маркетинговой информации.

14.Мотивация деятельности человека. Содержательные и процессуальные теории мотивации.

15. Количественные и качественные маркетинговые исследования.

16. Бенчмаркетинг.

17.Планирование и организация как функции управления.

18.Управленческие решения: понятие, классификация.

19.Процесс принятия управленческих решений.

20.Модели и методы принятия управленческих решений.

21.Сущность стратегического управления. Преимущества и недостатки.

22.Структура стратегического планирования.

23. Сущность и цели сегментирования рынка туристских продуктов.

24.Коммуникации в управлении. Типы организационных коммуникаций.

25.Коммуникационные стили в управлении. Невербальная коммуникация.

26.Коммуникативный процесс в управлении. Виды сетей коммуникаций.

27.Типы «барьеров» коммуникаций в управлении и общие правила построения эффективных коммуникаций.

28.Информационные технологии в деятельности менеджера.

29.Сущность власти. Источники власти в организации.

30.Лидерство. Типы отношений лидерства.

31.Традиционные концепции лидерства.

32.Концепции ситуационного лидерства.

33.Сущность управленческого контроля, его виды. Этапы процесса контроля. Внешний и внутренний контроль.

34. Маркетинговые стратегии туристского предприятия.

35.Природа и причины конфликтов. Типы конфликтов.

36. Понятие и сущность конкуренции. Конкурентные стратегии в маркетинге. Модель конкуренции М.Портера.

37.Методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных конфликтов.

38.Стресс и управление им в деятельности руководителя.

39.Управление персоналом, функции и категории работников.

40.Движение персонала в организации.

41.Социальная ответственность, основные подходы.

42. Массовый и дифференцированный маркетинг.

43.Сущность организационной культуры. Функции.

44.Менеджмент и организационная культура.

45.Типы организационных культур.

46.Оперативное управление организаций.

47. Модель покупательского поведения. Характеристика покупателей.

48.Стили руководства.

49. Управление рисками в маркетинге.

50.Основные типы структур управления.

51. Бизнес-план и его роль в маркетинге.

52. Бюджет маркетинга туристского предприятия.

53. Процесс управления трудовыми ресурсами

54. Ценообразование в маркетинге.

55. Скидки и премии в ценообразовании.

56. Маркетинговый комплекс продвижения туристского продукта.

57.Управление деловой карьерой.

58.Роли менеджеров в организации.

59.Делегирование полномочий, понятия, виды полномочий.

60.Линейные, аппаратные, рекомендательные и функциональные полномочия.

61. Информационные системы в организациях в туристской индустрии.

62. Процесс принятия рациональных решений в менеджменте.

63. Контроль деятельности в туристской индустрии.

64. Координация деятельности в туристской индустрии.

65. Формирование общественного мнения – PR.

66. Фирменный стиль гостиничного предприятия. Имидж гостиничного предприятия.

67. Ярмарки-выставки.

68. Международный маркетинг в сфере гостиничного бизнеса.

69. Среда международного маркетинга гостиничных предприятий.

70. Выбор торговых посредников.

**Рекомендуемая литература**

**1. Основная литература**

* 1. Дементьева, С. В. Отельный менеджмент: учеб. пособие / С. В. Дементьева. – Ольборг: Институт культуры и глоболизации Ольборгского университета, 2011. – 208 с.
  2. Левочкина, Н.А. Менеджмент туризма: Введение в дисциплину; учебно-методическое пособие. - Москва: Директ-Медиа, 2013.
  3. Удалова, И.Б., Удалова, Н.М. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.
  4. Удалова, И.Б., Удалова, Н.М. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.
  5. Баумгартен, Л.В. Менеджмент в туристской индустрии: Учебник. - Москва: Вузовский учебник, 2016.
  6. Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2018.
  7. Васильева, О.О. Менеджмент в туристской индустрии ИЭО СПбУТУиЭ, 2013.
  8. Качурина М. М. Актуальные аспекты развития инвестиционного климата в сфере туризма // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2014. –№ 2.
  9. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Котлер Филип— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>.
  10. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ И.Л. Акулич— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493.html>.
  11. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Е.И. Мазилкина— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4983.html.
  12. Григорьев М.Н. Маркетинг: учеб. для вузов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2011. - 448 с.
  13. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. Мн.: Новое знание, 2001. — 496 с.
  14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник. – СПб.: Питер, 2006. -464 с.

**2. Дополнительная литература**

2.1 Удалова, И.Б., Удалова, Н.М. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.

2.2 Мальшина, Н.А. Менеджмент в сервисе: учебное пособие. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.

2.3 Сабетова, Т.В., Брянцева, Л.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. -Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017.

2.4 Райченко, А.В., Хохлова, И.В. Менеджмент: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2018.

2.5 Новиков В.С. Организация туристской деятельности. Учебник. – М.: Академия, 2013. – 336 с.

2.6 Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ П.Ю. Невоструев— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 48c.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10711.html.

**3. Программно-информационное обеспечение, Интернет-ресурсы**

Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>

Сайт Федерального агентства по туризму <https://www.russiatourism.ru/>

Сайт Российского Союза туриндустрии [www.rostourunion.ru](http://www.rostourunion.ru)

Всемирная туристская организация [www.unwto.org.ru](http://www.unwto.org.ru)

Журнал «Турбизнес» [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

www.marketing.web-3.ru

www.marketing.spb.ru

www.4p.ru

www. marketingpro.ru

www. marketch.ru

Образец оформления титульного листа



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет Сервис и туризм

Кафедра Сервис, туризм и индустрия гостеприимства

**Контрольная работа**

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии»

Работу выполнил: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись ФИО

Группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Шифр (№ зачетной книжки) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Проверил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ к.соц.н., доцент Петренко А.С.

подпись

Ростов-на-Дону

202\_ год