

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ  
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**Кафедра Маркетинга и коммерческого дела**

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор  Л.А.Омельянович

30 ” 08 2018 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Укрупненная группа: 43.00.00 Сервис и туризм

Программа высшего профессионального образования: магистратура

Направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

Магистерская программа: Гостиничное и ресторанное дело

Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса

Курс, форма обучения: 1, очная, заочная

Учебный год: 2018-2019


**Донецк  
2018**


Рабочая программа Стратегический менеджмент для студентов направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело,  
магистерская программа Гостиничное и ресторанное дело

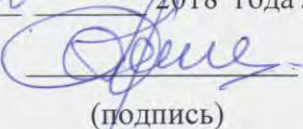
19 июня 2018 года № 30 - 14 с.

**Разработчики:** Заремба Вячеслав Павлович, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Маркетинга и коммерческого дела  
"19" июня 2018 года № 30 – 15 с.

  
\_\_\_\_\_ Азарян Е.М.  
(подпись) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО:  
Декан ФРГБ  
  
\_\_\_\_\_ Л. В. Крылова  
(подпись) (фамилия, инициалы)  
«20» 06 2018 года

Одобрено Учебно - методическим советом Университета  
Протокол от "30" 06 2018 года № 1  
Председатель  \_\_\_\_\_ Л.А.Омельянович  
(подпись)

© Заремба В. П., 2018 год  
© ГО ВПО Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2018 год

## 1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Наименование показателей</b>	<b>У крупненная группа, направление подготовки (профиль, магистерская программа), специальности, программа высшего профессионального образования</b>	<b>Характеристика учебной дисциплины</b>	
		<b>очная форма обучения</b>	<b>заочная (очно-заочная) форма обучения</b>
Количество кредитов <b>ECTS - 4</b>	У крупненная группа <b>43.00.00 «Сервис и туризм»</b>	Базовая учебная дисциплина	
	Направление подготовки: <b>43.04.03 Гостиничное дело</b>		
Модулей - <b>1</b>	Магистерская программа <b>«Гостиничное и ресторанное дело»</b>	<b>Год подготовки:</b>	
Смысловых модулей - <b>3</b>		1 - й	1 - й
Индивидуальные научно-исследовательские задания _____ (название)		<b>Семестр</b>	
Общее количество часов - <b>144</b>		1 - й	1 - й
Количество часов в неделю для очной формы обучения аудиторных - <b>54</b>  самостоятельной работы студента - <b>90</b>	Программа высшего профессионального образования  <b>Магистратура</b>	<b>Лекции</b>	
		18 час.	10 час.
		<b>Практические, семинарские занятия</b>	
		36 час.	12 час.
		<b>Лабораторные работы</b>	
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		90 час.	122 час.
<b>Индивидуальные задания:</b>			
<b>Вид контроля:</b> экзамен, курсовая работа			

### Примечания.

1. Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения - **54/90**

для заочной формы обучения - **22/122**

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** учебной дисциплины: сформировать у студентов знания в области управления гостиничного хозяйства, навыки управления предприятием гостиничного хозяйства и общественного питания, принятия оптимальных решений в различных ситуациях.

**Задачи** учебной дисциплины:

- обучение конкретным приемам управления в условиях неопределенности внешней среды;
- овладение базовыми стратегическими подходами для выбора стратегических направлений развития;
- овладение инструментами стратегического анализа для определения позиций предприятия на рынке и выявления конкурентных преимуществ предприятия;
- освоение техники проведения SWOT - анализа и методики разработки стратегического набора предприятия;
- обучение конкретным приемам разработки набора стратегий для предприятия.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

В структуре ООП учебная дисциплина М.1.Б.5 «Стратегический менеджмент» относится к дисциплинам профессионального цикла.

При ее освоении используются знания следующих дисциплин: «Организация и управление в индустрии гостеприимства», «Организация гостиничного хозяйства», «Гостиничный и ресторанный менеджмент». Для успешного овладения материалом студент должен знать особенности гостинично-ресторанной деятельности, особенности управленческой деятельности в гостинично-ресторанном хозяйстве, а также уметь решать управленческие задачи.

Освоение дисциплины позволит студентам овладеть знаниями форм и методов организации эффективного менеджмента объединений предприятий гостинично-ресторанного хозяйства и умениями решать проблемные ситуации в процессе менеджмента корпораций.

Осваивается в 1 семестре 1 курса в объеме: лекции – 18 часов, практические занятия – 36 часов, самостоятельная работа – 90 часов, заканчивается защитой курсовой работы и экзаменом.

## 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-2);

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-3);

готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, историческое наследие государства (ОПК-2);

*организационно-управленческая деятельность:*

готовностью к организации и координации производственно-технологической деятельности гостиниц, других средств размещения и объектов общественного питания (ПК-1);

способностью принимать стратегические и тактические решения в гостиничной

деятельности и общественном питании (ПК-2);

готовностью формировать систему управления и стимулирования персонала гостиниц, других средств размещения и объектов общественного питания (ПК-3);

готовностью организовывать систему контроля деятельности гостиниц, других средств размещения, объектов общественного питания, обслуживания потребителей (ПК-4);

готовностью планировать, анализировать и оценивать результаты деятельности гостиниц, других средств размещения, объектов общественного питания, обслуживания потребителей (ПК-5);

готовностью к формированию ресторанный продукта, соответствующего запросам потребителей (ПК-15);

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные понятия и элементы стратегического менеджмента, модели стратегического планирования, а также процесс разработки стратегии компании.

**уметь:** разрабатывать миссию и цели предприятия, осуществлять стратегический анализ и разрабатывать стратегию компании.

**владеть:**

- применением стандартов в гостиничной деятельности;
- навыками стратегического управления;
- методами разработки стратегий предприятий гостиничного бизнеса;
- приемами сбора информации, обработки и анализа показателей на макро- и микроуровне, прогнозирования и планирования деятельности предприятий гостиничного бизнеса;
- методикой разработки управленческих решений и оценки полученных результатов.

## **5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Смысловой модуль 1. *Сущность и основные понятия стратегического управления***

**Тема 1.** Основные понятия и элементы стратегического менеджмента. Введение в стратегический менеджмент

**Тема 2.** Стратегическая установка – миссия и цели компании. Миссия и цели компании

**Тема 3.** Содержание корпоративной стратегии. Содержание и факторы определяющие корпоративную стратегию

### **Смысловой модуль 2. *Выбор и обоснование рыночной стратегии***

**Тема 4.** Стратегический анализ. Анализ стратегических перспектив компании и возможностей их реализации.

**Тема 5.** Подходы к разработке стратегии компании

Варианты подходов к разработке стратегии.

**Тема 6.** Модели стратегического планирования. **Модели BCG и GE/McKinsey.**

### **Смысловой модуль 3. Разработка и реализация рыночной стратегии**

**Тема 7.** Процесс разработки стратегии компании. Разработка бизнес-стратегии.

**Тема 8.** Особенности разработки стратегии компании. Особенности разработки стратегии.

**Тема 9.** Задачи и инструментарий реализации стратегии. Инструментарий и контроль реализации стратегии.

## 6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе*:					всего	в том числе*:				
		л	п	лаб.	инд.	с.р.с		л	п	лаб.	инд.	с.р.с
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Смысловой модуль 1. Сущность и основные понятия стратегического управления.</b>												
<b>Тема 1.</b> Основные понятия и элементы стратегического менеджмента	16	2	4			10	24	2	2			20
<b>Тема 2.</b> Стратегическая установка – миссия и цели компании Миссия и цели компании	16	2	4			10	14	2	2			10
<b>Тема 3.</b> Содержание корпоративной стратегии.	16	2	4			10	10					10
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	48	6	12			30	48	4	4			40
<b>Смысловой модуль 2. Выбор и обоснование рыночной стратегии</b>												
<b>Тема 4.</b> Стратегический анализ	16	2	4			10	24	2	2			20
<b>Тема 5.</b> Подходы к разработке стратегии компании	16	2	4			10	12		2			10
<b>Тема 6.</b> Модели стратегического планирования	16	2	4			10	10					10
<b>Итого по смысловому модулю 2</b>	48	6	12			30	46	2	4			40
<b>Смысловой модуль 3. Разработка и реализация рыночной стратегии</b>												
<b>Тема 7.</b> Процесс разработки стратегии компании	16	2	4			10	26	2	2			22

<b>Тема 8.</b> Особенности разработки стратегии компании	16	2	4			10	14	2	2			10
<b>Тема 9.</b> Задачи и инструментарий реализации стратегии	16	2	4			10	10					10
<b>Итого по смысловому модулю 3</b>	48	6	12				50					
<b>Всего часов</b>	<b>144</b>	<b>18</b>	<b>36</b>			<b>90</b>	<b>144</b>	<b>10</b>	<b>12</b>			<b>122</b>

## 7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Не запланированы		

## 8. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Процесс стратегического менеджмента	2	1,0
2	Формирование миссии компании	2	0,5
3	Формирование стратегического видения	2	0,5
4	Стратегические цели компании	2	0,5
5	Проведение PEST анализа макросреды	2	1,0
6	Применение пятифакторной модели Портера для анализа конкурентной среды	2	0,5
7	Анализ внутренней среды компании	2	1,0
8	Определение ключевых преимуществ компании	2	0,5
9	Определение основных конкурентов	2	0,5
10	Определение рыночной стратегии исходя из этапа жизни отрасли	2	0,5
11	Анализ стратегических направлений бизнеса компании	2	1,0

12	Выбор и обоснование рыночной стратегии	2	0,5
13	Конкурентные стратегии компании: лидерство по издержкам	2	0,5
14	Конкурентные стратегии компании: дифференциация и интеграция	2	0,5
15	Конкурентные стратегии компании: диверсификации	2	0,5
16	Выбор и обоснование конкурентной стратегии	2	1,0
17	Анализ портфеля стратегий компании	2	1,0
18	Организационные изменения в поддержку реализации стратегии	2	0,5
	Итого	36	12

## 9. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Не запланированы		

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Процесс стратегического менеджмента	4	12
2	Формирование миссии компании	6	12
3	Формирование стратегического видения	6	
4	Стратегические цели компании	6	12
5	Проведение PEST анализа макросреды	6	12
6	Применение пятифакторной модели Портера для анализа конкурентной среды	4	12
7	Анализ внутренней среды компании	6	12
8	Определение ключевых преимуществ компании	4	14
9	Определение основных конкурентов	6	
10	Определение рыночной стратегии исходя из этапа жизни отрасли	4	
11	Анализ стратегических направлений бизнеса компании	4	12
12	Выбор и обоснование рыночной стратегии	6	
13	Конкурентные стратегии компании: лидерство по издержкам	6	12
14	Конкурентные стратегии компании: дифференциация и интеграция	6	12
15	Конкурентные стратегии компании: диверсификации	4	
16	Выбор и обоснование конкурентной стратегии	4	
17	Анализ портфеля стратегий компании	4	
18	Организационные изменения в поддержку реализации стратегии	4	
	Всего	90	122



## 11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

### 1. Реферативно-аналитические работы:

1. Роль стратегического менеджмента в постиндустриальную эпоху.
2. Объекты, уровни и методы стратегического управления.
3. Оценка нестабильности внешней среды и выбор системы управления фирмой (корпорацией).
4. Стратегическое управление и государственное регулирование экономики.
5. Процесс (этапы) стратегического управления организацией.
6. Исследование и классификация стратегий организации.
7. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
8. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
9. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей.
10. Анализ конкурентного преимущества фирмы.
11. Прогнозирование внешней среды фирмы.
12. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
13. Определение целей организации. Построение и оценка дерева целей организации.
14. Анализ факторов, формирующих стратегию.
15. Стратегия и конкурентное преимущество.
16. Сравнительный анализ разных стратегий фирмы.
17. Анализ стратегий на разных этапах жизненного цикла отрасли.
18. Стратегии конкуренции на международных рынках.
19. Стратегические альянсы.
20. Разработка и обоснование стратегии организации (корпорации, фирмы, предприятия, банка, страховой компании, университета и др. коммерческих и некоммерческих организаций).
21. Реализация стратегий организации: программы, бюджеты, бизнес-планы и т.д. Программные методы реализации стратегии организации.
22. Разработка корпоративной стратегии фирмы.
23. Стратегия диверсификации корпорации.
24. Стратегия восстановления, экономии и реструктуризации портфеля фирмы.
25. Стратегия транснациональной диверсификации корпорации.
26. Комбинированные стратегии диверсификации.
27. Разработка деловой стратегии фирмы (стратегии бизнеса, конкурентной стратегии).
28. Стратегия низких издержек фирмы.
29. Стратегия дифференциации фирмы.
30. Стратегия оптимальных издержек фирмы.
31. Стратегия фокусирования фирмы.
32. Стратегия инноваций организации.
33. Стратегия быстрого реагирования.
34. Стратегия вертикальной интеграции.
35. Наступательная стратегия фирмы.
36. Оборонительная стратегия фирмы.
37. Разработка функциональной стратегии фирмы.
38. Маркетинговая стратегия организации.
39. Стратегия ценообразования организации.
40. Инвестиционная стратегия организации.
41. Финансовая стратегия организации.
42. Товарная стратегия фирмы.
43. Разработка стратегии развития региона.
44. Разработка бизнес-плана фирмы.

45. Разработка стратегического плана фирмы.
46. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
47. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
48. Стратегия и организационная структура фирмы.
49. Выполнение структуры: культура и руководство.

## **2. Тематика курсовых работ:**

1. Стратегическое управление организацией в сфере гостеприимства на примере гостинично-ресторанного комплекса.
2. Анализ макросреды с целью оценки текущей стратегии фирмы в сфере гостеприимства.
3. Анализ непосредственного окружения фирмы в сфере сервисных услуг с целью оценки текущей стратегии ее деятельности.
4. Анализ стратегического развития организации гостинично-ресторанного предприятия.
5. Стратегия конкурентных преимуществ как ключевой фактор в развитии гостинично-ресторанного предприятия.
6. Анализ бизнес-портфеля гостинично-ресторанного комплекса.
7. Организационная культура в реализации стратегических целей компании.
8. Организационная структура в реализации избранной стратегии диверсифицированного роста.
9. Стратегии интегрированного роста в достижении поставленных целей и задач гостиничного предприятия на рынке сервисных услуг.
10. Стратегии диверсифицированного роста в достижении поставленных целей и задач организации на рынке услуг.
11. Стратегия концентрированного роста в достижении поставленных целей и задач организации на рынке услуг гостиничного бизнеса.
12. Текущая стратегия гостинично-ресторанного комплекса в условиях подготовки к мероприятиям международного уровня.
13. Анализ внешней среды гостинично-ресторанного комплекса в условиях подготовки к мероприятиям международного уровня.
14. Стратегии развития гостинично-ресторанного комплекса в условиях подготовки к мероприятиям международного уровня.
15. Стратегии конкурентных преимуществ гостинично-ресторанного комплекса в условиях подготовки к мероприятиям международного уровня.
16. Стратегические изменения и их влияние на дальнейшее развитие гостинично-ресторанного комплекса.
17. Преимущества стратегического управления в обеспечении долгосрочных перспектив развития гостинично-ресторанного комплекса.
18. Показатели качества услуг как фактор обеспечения конкурентных преимуществ гостинично-ресторанного комплекса.
19. Продуктовые стратегии фирмы как фактор успеха в конкурентной борьбе.
20. Миссия и цели как основа стратегии развития гостинично-ресторанного комплекса.
21. Оценка избранной стратегии фирмы с точки зрения дальнейшего развития гостинично-ресторанного предприятия.
22. Организация стратегического контроля с целью дальнейшей реализации избранной стратегии.
23. Стратегия поведения фирмы - лидера рынка в конкурентной среде.
24. Стратегический подход к развитию организации на основе результатов SWOT – анализа.
25. Стратегические зоны хозяйствования (СЗХ), их сущность и процесс сегментации.
26. Особенности управления стратегическим набором СЗХ.
28. Стратегическое управление конкурентными преимуществами.
29. Управление реализацией стратегии на основе концепции стратегических изменений.

30. Стратегическое управление в условиях нестабильности внешней среды.
31. Особенности стратегий роста малых гостиничных предприятий.
32. Особенности стратегий роста средних гостиничных предприятий.
33. Особенности стратегий роста крупных гостиничных предприятий.
34. Стратегическое решение как сфера риск-менеджмента.
35. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности гостиничных предприятий.
36. Мотивация стратегических изменений гостиничных предприятий.
37. Управление стратегическими изменениями гостиничных предприятий
38. Преодоление сопротивления стратегическим изменениям гостиничных предприятий
39. Эффективность стратегического менеджмента гостиничных предприятий
40. Схема включения маркетинга в стратегическое управление гостиничными предприятиями.

## **12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Заремба В.П. Стратегический менеджмент: учебное пособие для студентов направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничное дело», специализация «Гостиничное и ресторанное дело» очной и заочной форм обучения. В.П. Заремба – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – 135 с.
2. Заремба В.П., Стратегический менеджмент: Электронный конспект лекций / В.П. Заремба,– Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – 125 с.
3. Заремба В.П., Стратегический менеджмент: методические указания для проведения практических занятий / В.П. Заремба,– Донецк: ДонНУЭТ, 2016. – 51 с.
4. Заремба П.А. Власова И.А., Ангелина И.А., Стратегический менеджмент. Учебно-методические рекомендации для выполнения курсовой работы / П.А. Заремба,– Донецк: ДонНУЭТ, 2013. – 40 с.

## **13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ:**

1. Стратегический менеджмент: сущность и содержание.
2. Эволюция управленческих систем. Предсказуемость будущего, уровень нестабильности.
3. Управление путем ранжирования стратегических задач.
4. Управление посредством выбора стратегических позиций.
5. Слабые сигналы и действия фирмы.
6. Управление в условиях стратегических неожиданностей.
7. Определение направления развития компании: разработка стратегического видения и миссии.
8. Определение направления развития компании: установление целей.
9. Развитие внутрифирменного (корпоративного) планирования. Оперативное, долгосрочное и стратегическое планирование.
10. Основные этапы развития внутрифирменного планирования.
11. Бизнес-план, маркетинговая программа и внутрифирменный план.
12. Модель стратегического состояния компании.
13. Экономический аспект формулировки стратегии.
14. Политический аспект формулировки стратегии.
15. Организационный аспект формулировки стратегии.
16. Модель пяти сил конкуренции.
17. Приведение маркетинговой стратегии в соответствие с ситуацией.
18. Стратегии для конкуренции в новых отраслях.

19. Стратегии для конкуренции в отраслях, находящихся в стадии зрелости.
20. Стратегии для фирм, действующих в отраслях, находящихся в стадии стагнации или спада.
21. Стратегии восстановления для кризисных ситуации.
22. Стратегии для конкуренции на международных рынках.
23. Глобальные стратегии предпринимательства.
24. Концепция общих стратегий Портера. Значение и недостатки.
25. Стратегии наступления, отступления, обороны.
26. Товарные стратегии, цели и обоснование их использования.
27. Стратегические преимущества и недостатки различных организационных структур.
28. Значение организационной культуры для реализации стратегии.
29. Процедуры увязки бюджетов и стратегий.
30. Цепочки ценностей, их содержание и направление использования.
31. Концепция стратегических зон хозяйствования, стратегических ресурсов и групп стратегического влияния.
32. Стратегические зоны хозяйствования и стратегические хозяйственные центры.
33. Жизненные циклы спроса и технологий.
34. Стратегии портфельного анализа выбора конкурентной позиций фирмы. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ).
35. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования.
36. Оценка изменений в прогнозируемом росте стратегических зон хозяйствования.
37. Оценка потенциала фирмы при определении конкурентного статуса.
38. Оценка уровня стратегических капвложений.
39. Определение будущей эффективности действующей стратегии.
40. Оценка конкурентного статуса фирмы.
41. Балансирование набора стратегических зон хозяйствования с различными жизненными циклами: краткосрочная и долгосрочная перспектива.
42. Синергизм и внутренняя взаимосвязь. Оценка синергизма.
43. Стратегическая гибкость как один из принципов подготовки для снижения стратегической уязвимости.
44. Оценка стратегической гибкости.
45. Оценка положительного значения гибкости в случае опасности и оценка степени уязвимости фирмы.
46. Модель стратегической информации.
47. Управленческая реакция на неожиданные изменения
48. Использование слабых сигналов при решении управленческих задач.
49. Факторы, определяющие индивидуальное и групповое сопротивление стратегическим изменениям.
50. Характеристика различных подходов к проблеме управлению в условиях спонтанных изменений.
51. Методы управления спонтанными изменениями.

#### 14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа									Итоговый тест (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		
<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	4	3	3	4	3	3	<b>60</b>	<b>100</b>

T1, T2, T3 - смысловой модуль 1  
T4, T5, T6 - смысловой модуль 2  
T7, T8, T9 - смысловой модуль 3

**Для выполнения курсовой работы**

Пояснительная записка	Иллюстрированная часть	Защита работы	Сумма в баллах
до 20 баллов	до 20 баллов	до 60 баллов	100

**Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS**

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
А	90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
В	80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
С	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

## **15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### ***Основная***

1. Гергерт Д.В. Стратегический менеджмент. Учебно-методическое пособие. – Пермь, 2008 – 162с.

### ***Дополнительная***

1. Ансофф И. Стратегическое управление /пер. с англ./ - М.: Экономика, 1989.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – М.: Питер, 1999.
3. Антикризисный менеджмент / Под редакцией проф. Грязновой А.Г. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1999. – 368 с.
4. Антикризисное управление: от банкротства к финансовому оздоровлению (Под ред. Иванова Г.П.).- М.: Закон и право, ЮНИТИ. 1995.- 320 с.
5. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999.
- Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. под ред. Л.Г.Зайцева,
6. Вайсман А. Стратегия менеджмента: пять факторов успеха. – М.: Экономика, 1995.

## **16. ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ**

1. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999- ]. – Режим доступа: <http://catalog.donnuet.education>

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru>.

### 17. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Официальный сайт Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dnr-online.ru/>
2. Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://vk.com/club82287460>
3. Портал про гостиничный бизнес ProHotel.ru [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prohotel.ru>

### 18. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Корпоративное управление в индустрии гостеприимства» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: лекционная мультимедийная аудитория (3534). Мультимедийная аудитория укомплектована мультимедийным проектором, проекционным экраном, ноутбуком. Преподаватель имеет возможность проводить лекции, практические занятия, презентации, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения.

Дисциплина обеспечена комплектом видеоматериалов по темам, необходимыми учебными пособиями и учебной литературой для освоения учебного курса.

### 19. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совмес-тителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
1	2	3	4	5
Заремба Вячеслав Павлович	Доцент кафедры маркетинга и коммерческого дела	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2010, специальность: «Менеджмент организации» квалификация: «Менеджер»	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2010, специальность: «Менеджмент организации» квалификация: «Менеджер»	Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Защищена диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук диплом ДК № 020505 от 03.04.2014 г.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО и учебным планом по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» магистерская программа «Гостиничное и ресторанное дело».