

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей , туризма и гостеприимства

«Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Направление 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность Гостиничная деятельность
Уровень квалификации выпускника (бакалавр)

Форма обучения очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Название дисциплины (модуля) **«Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса»**

Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.э.н. Доц Ключевская И.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства

№ 8 от 31 .03.22

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения	9
5.1 Система оценивания	9
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	17
6.1 Список источников и литературы	17
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	18
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	19
9. Методические материалы	20
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	20
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	25
9.3 Иные материалы	28
Приложение 1. Аннотация дисциплины	31

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является получение студентами необходимых знаний и практических навыков ориентации и выбора франшиз в сфере гостиничного бизнеса, руководствуясь приоритетными критериями выбора. Курс представляет собой систематизированное изложение теоретических и методологических вопросов, связанных с проблемами и перспективами франчайзинга в гостеприимстве, алгоритмами действий потенциальных франчайзи, алгоритмами действий по созданию франчайзингового проекта и построению франчайзинговой сети, правовыми и экономическими основами взаимодействия субъектов франчайзинговых отношений.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- знакомство студента с основными понятиями, используемыми при изучении дисциплины;
- формирование представления студента о методологии создания франчайзингового проекта правовыми и экономическими основами взаимодействия субъектов франчайзинговых отношений;
- формирование необходимых менеджеру гостиничного предприятия социальных и личностных качеств: гражданственности, толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПКУ-2 Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере	ПКУ-2.3 Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья	Знать: -инструменты, приемы и технологии франчайзинга -цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы франчайзинга Уметь: -применять методы оценки и анализа франчайзинга. -пользоваться нормативными документами в профессиональной деятельности. Владеть: -методами оценки франшизы; приемами и инструментами формирования франшизы. -способностью использовать теоретические знания в

		процессе принятия решений в туристическом бизнесе на основе применения метода франчайзинга.
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «**Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения Маркетинг в индустрии гостеприимства, Сервисная деятельность, Гостиничный менеджмент, Маркетинг гостиничного предприятия, Методы принятия управленческих решений в индустрии гостеприимства, Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг, Международные интеграционные процессы в индустрии гостеприимства

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения Кросс-культурный менеджмент и технологии переговоров в поликультурной среде, Маркетинговые коммуникации гостиничного предприятия, Инновации в гостиничном бизнесе, Проектирование гостиничной деятельности

Структура дисциплины¹

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	18
8	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

¹ При реализации образовательной программы на очно-заочной и заочной формах обучения, таблица составляется для каждой формы.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
9	Лекции	8
9	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

2. Содержание дисциплины²

Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Раздел 1. - Терминология. История франчайзинга в мире.	История развития франчайзинга в индустрии гостеприимства: история его развития, понятие, характеристика. Развитие франчайзинга в России и в мире. Франчайзинг как на Российском, так и на мировом рынке.
2	Раздел 2. - Проблемы развития франчайзинга. Преимущества и недостатки франчайзинга на предприятиях сферы гостеприимства	Экономическая сущность франчайзинга. Анализ франчайзинговой деятельности в гостиничной индустрии. Преимущества и недостатки франчайзинга. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в туристской индустрии. Основные проблемы франчайзинга при продвижении на Российский рынок и их типология.
3	Раздел 3. - Алгоритм создания бизнеса на основе приобретенного франчайзингового проекта или как стать франчайзи	Особенности сотрудничества франчайзера и франчайзи. Преимущества и недостатки франчайзинга с точки зрения франчайзи. Зарубежный опыт использования франчайзинга, выявить методы и инструменты. Характеристика положительных и негативных сторон развития франчайзинговой деятельности для франчайзера и франчайзи.
4	Раздел 4. - Алгоритм создания франчайзингового проекта или как стать	Основные преимущества и недостатки франчайзинга. Франчайзинг способствует решению проблемы занятости населения

² Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице

	франчайзером	посредством создания новых рабочих мест для бизнеса по франшизе. Развитие сети франшизных предприятий.
5	Раздел 5. - Инфраструктура франчайзинга в гостеприимстве. Финансовые инструменты для франчайзинга	Финансовые инструменты для франчайзинга. Механизмы франчайзинга в гостиничной индустрии. Использование франчайзинга как инструмента продвижения инновационных проектов. Инфраструктура франчайзинговых отношений. Роль банковских продуктов в развитии франчайзинга в России. Преимущества применения франчайзинга как финансового инструмента для разработчика франшизы.
6	Раздел 6. – Государственная поддержка развития франчайзинга в России	Государственная поддержка развития франчайзинга. Франчайзинговая система в гостиничном бизнесе. Мировые гостиничные цепи в системе франчайзинга.

3. Образовательные технологии³

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
1.	Раздел 1. - Терминология. История франчайзинга в мире.	Лекция 1 Семинар 1 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Раздел 2. - Проблемы развития франчайзинга.	Лекция 2	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора

³ В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (*модулей*) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (п.34. Приказ №301).

	Преимущества и недостатки франчайзинга на предприятиях сферы гостеприимства	Семинар 2-3 Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением доклада Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Раздел 3. - Алгоритм создания бизнеса на основе приобретенного франчайзингового проекта или как стать франчайзи	Лекция 3 Семинар 4 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4.	Раздел 4. - Алгоритм создания франчайзингового проекта или как стать франчайзером	Лекция 4 Семинар 5-6 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

5	Раздел 5. - Инфраструктура франчайзинга в гостеприимстве. Финансовые инструменты для франчайзинга	Лекция 5 Семинар 7-8 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Контрольная работа Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6	Раздел 6. – Государственная поддержка развития франчайзинга в России	Лекция 6 Семинар 9 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

4. Оценка планируемых результатов обучения

4.1 Система оценивания⁴

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну	Всего

⁴ Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается распределение баллов по формам текущего контроля и промежуточной аттестации, сроки отчётности.

	работу	
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	10 баллов
- выступление с докладом	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа	10 баллов	20 баллов
- тестирование	10 баллов	20 баллов
Промежуточная аттестация зачет с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

4.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

4.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине⁵

Контрольные вопросы для проведения зачета с оценкой по дисциплине

1. История развития франчайзинга в индустрии гостеприимства
2. Развитие франчайзинга в России и в мире
3. Франчайзинг как на Российском, так и на мировом рынке
4. Экономическая сущность франчайзинга
5. Анализ франчайзинговой деятельности в гостиничной индустрии
6. Преимущества и недостатки франчайзинга
7. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в туристской индустрии
8. Основные проблемы франчайзинга при продвижении на Российский рынок и их типология
9. Особенности сотрудничества франчайзера и франчайзи
10. Преимущества и недостатки франчайзинга с точки зрения франчайзи
11. Зарубежный опыт использования франчайзинга, выявить методы и инструменты
12. Характеристика положительных и негативных сторон развития франчайзинговой деятельности для франчайзера
13. Характеристика положительных и негативных сторон развития франчайзинговой деятельности для франчайзи
14. Развитие сети франшизных предприятий
15. Финансовые инструменты для франчайзинга
16. Механизмы франчайзинга в гостиничной индустрии

⁵ Приводятся примеры оценочных средств в соответствии со структурой дисциплины и системой контроля: варианты тестов, тематика письменных работ, примеры экзаменационных билетов, типовые задачи, кейсы и т.п. Оценочными средствами должны быть обеспечены все формы текущего контроля и промежуточной аттестации. Они должны быть ориентированы не только на проверку сформированности знаний, но также умений и владений.

17. Использование франчайзинга как инструмента продвижения инновационных проектов
18. Инфраструктура франчайзинговых отношений
19. Роль банковских продуктов в развитии франчайзинга в России
20. Преимущества применения франчайзинга как финансового инструмента для разработчика франшизы
21. Государственная поддержка развития франчайзинга
22. Франчайзинговая система в гостиничном бизнесе
23. Мировые гостиничные цепи в системе франчайзинга
24. Особенности договора франшизы в гостеприимстве
25. Франчайзинг – основной путь развития на высококонкурентных рынках
26. Франчайзинг как особая форма институциональных отношений
27. Трансакционные издержки франчайзинговых и лицензионных контрактов
28. Гостиничный франчайзинг в России в свете развития внутреннего туризма
29. Франчайзинг в деятельности гостиничных цепей в XX веке
30. Основные проблемы франчайзинга в России
31. организация работы по договору франшизы в индустрии гостеприимства
32. Франчайзинг как способ управления гостиницами
33. Франчайзинг как форма объединения в гостиничных цепях
34. Возникновение франчайзинга и его становление в гостеприимстве

Примерная тематика докладов

1. Определение франчайзинга
2. Формы и виды франчайзинга
3. Сущность франчайзинга
4. Состояние развития франчайзинга в России
5. Изменения во франчайзинговом Законодательстве
6. Основные проблемы франчайзинга в России и их типология
7. Развитие франчайзингового рынка в России
8. Современное состояние франчайзинга на российском рынке
9. Франчайзинг в индустрии гостеприимства
10. Особенности договора франшизы в гостеприимстве
11. Франчайзинг – основной путь развития на высококонкурентных рынках
12. Франчайзинг как особая форма институциональных отношений
13. Трансакционные издержки франчайзинговых и лицензионных контрактов
14. Гостиничный франчайзинг в России в свете развития внутреннего туризма
15. Франчайзинг в деятельности гостиничных цепей в XX веке
16. Основные проблемы франчайзинга в России
17. организация работы по договору франшизы в индустрии гостеприимства
18. Франчайзинг как способ управления гостиницами
19. Франчайзинг как форма объединения в гостиничных цепях
20. Возникновение франчайзинга и его становление в гостеприимстве

Типовая контрольная работа

1. Франчайзинговая система: понятие и характерные черты.
2. История развития франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
3. Основные субъекты франчайзинговой системы: франчайзер и франчайзи, их права и обязанности.
4. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для франчайзера и франчайзи.
5. Характеристика элементов инфраструктуры франчайзинговой системы.
6. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от профиля экономической деятельности.
7. Франчайзинг «бизнес — формата»: понятие и основные черты.

8. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от типа и степени участия партнеров в системе.
9. Франчайзинговые платежи: понятие и основные виды.
10. Принципы построения франчайзинговой системы.
11. Основные этапы построения франчайзинговой системы.
12. Этапы разработки франшизы на предприятии, основные требования к ее содержанию.
13. Методы продвижения франшизы.
14. Требования к потенциальному франчайзи: финансовые и психологические.
15. Методика подготовки к первым переговорам с франчайзером.
16. Анализ типичных вопросов франчайзера к потенциальным франчайзи.
17. Порядок регулирования франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
18. Понятие договора коммерческой концессии, его основные элементы.
19. Основные отличия франчайзингового и лицензионного договоров.
20. Права и обязанности сторон по договору франчайзинга.
21. Контроль деятельности франчайзи.
22. Виды аудита деятельности франчайзи.
23. Мотивация деятельности франчайзи.
24. Факторы, препятствующие становлению франчайзинга на российском рынке.
25. Стадии развития франчайзинговых отношений и их отражение в договоре.
26. Направления развития франчайзинга в сфере услуг.
27. Особенности развития франчайзинга в регионах России.
28. Характеристика малобюджетных франшиз в России и за рубежом.
29. Стадии развития франчайзинговых систем. Управление продажами франшиз на стадии внедрения, роста и зрелости франчайзинговой системы.
30. Характеристика комплекса маркетинга франшиз. Сотрудничество правообладателя и пользователя в маркетинговой деятельности. Основные каналы продвижения франшизы на рынок.
31. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления
32. Критерии оценки сотрудничества между субъектами франчайзинговой системы: компетентность, мощность, финансовая устойчивость, коммуникационная политика, система контроля.
33. Методы контроля деятельности пользователей франшизы. Проведение мероприятий «таинственный покупатель»

Примерные ситуационные задачи (кейсы)

Проблемой гостиницы «Отелика», как неоднократно замечалось консультантами, является невысокая загрузка. Не до конца используется как номерной фонд, так и ресторан и дополнительные сервисы отеля. Одним из направлений повышения эффективности в индустрии гостеприимства является вхождение в гостиничные сети на условиях франшизы. В настоящее время, гостиничный франчайзинг становится все более востребованным на территории России и стран СНГ. Франчайзинг предполагает, что одна фирма (франчайзер) продает за определенную плату другой компании (франчайзи) права на использование своего товарного знака и своего доброго имени, отработанных технологий и стандартов обслуживания. Кроме того, франчайзи будет иметь право использовать объединенную систему бронирования номеров и систему маркетинга, организованных франчайзером. Обычно, чтобы воспользоваться франшизой, гостиницы платят вступительный взнос и каждый месяц отчисляют франчайзеру процент, установленный в договоре, от своего оборота. Система франчайзинга широко распространена в мире, так во Франции это "Аркад", "Ибис" (двухзвездные гостиничные сети) и "Балладан", "Формула 1" (одnozвездные цепи). В США же такой системой воспользовались именитые гостиничные цепи "Холидей Инн Уордвайд" и "Редиссон Отеле". Предприниматель рассматривает франшизу как средство повышения узнаваемости на рынке и, как следствие, увеличения загрузки номерного фонда гостиницы. Отдел маркетинга провел мониторинг рынка

и на рассмотрение предложил три варианта: ПАО «Мастер Отель Инвест» – это группа компаний, представляющих сеть гостиниц России, которая успешно действует и динамично развивается. В связи с выходом на всероссийский и зарубежный рынки «Мастер Отель» предлагает инвестировать в уже готовые отели, либо находящиеся в высокой стадии готовности и в ресторанный бизнес. Доходность проекта составляет от 60% до 120% годовых. Вступительный взнос - 1'000'000 руб. Франчайзер осуществляет поиск, подбор помещения и ввод гостиницы в эксплуатацию, подбор и обучение персонала, эффективное управление гостиничным предприятием, консультации и помощь на всем цикле организации и в течение всего периода пользования франшизой. Осуществляется общая реклама бренда, но каждый франчайзи при консультационной поддержке проводит собственную рекламную кампанию с учетом территориальных особенностей. Необходимая площадь – 300-3000 кв.м (площадь нашего отеля соответствует требованиям). Инвестиции – 9'000'000 руб. (ремонт и приобретение оборудования в соответствии с фирменным стилем). Срок окупаемости: 2 года. Роялти – 17.500 руб. ежемесячно, не включая рекламные отчисления. Рекламные отчисления – нет. Прирост загрузки отеля – на 8% BearHostels — крупнейшая сеть экономичных гостиниц и хостелов. BearHostels — одна из наиболее динамично развивающихся компаний в сфере гостиничного бизнеса, нацеленная на создание крупнейшей в России сети бюджетных отелей. Bearhostels основан в 2008 году в Москве известным предпринимателем Даниилом Мишиным. Основным преимуществом является использование автоматизированной системы администрирования отеля, причем администраторы не принимают деньги от гостей, что снижает риск воровства. Кроме того, предоставляется система обучения для франчайзи и сотрудников франчайзингового отеля. Вступительный взнос 350'000 руб, который гарантирует получение успешной бизнес-модели, бренд-бука, первоначального маркетинга, автоматизированной системы управления отелем, контракты с всероссийскими туристическими операторами, список проверенных поставщиков, работа со специалистами в формате «вопрос-ответ», продвижение сайта (SEO), продвижение в социальных сетях (SMM), презентация на российских и международных выставках, Event-центр, доступ к общесетевой аналитике, ежегодный съезд франчайзи, юридическая поддержка. Инвестиции 1'300'000 руб. Окупаемость 24 месяца. Роялти: 1000 рублей с койко-места в регионах РФ, 1300 рублей — в Москве и Санкт-Петербурге. Прирост загрузки отеля – на 17%. Франшиза «ЮТЕЛЬ» – рассчитана на управление курортными и загородными отелями и внедрения отечественных гостиничных стандартов обслуживания с использованием мирового опыта. Франшиза бренда «ЮТЕЛЬ», это: высокодоходная и эффективная бизнес-модель гостиницы уровня 3-4*; поддержка собственников гостиниц в вопросах операционного управления, маркетинга и продвижения бизнеса; техническое сопровождение; разработанные и адаптированные стандарты обслуживания с учетом особенностей местных условий, а также тенденций и последних событий на рынке курортных и загородных отелей; подключение к работающим и налаженным каналам продаж (это существенно повышает загрузку гостиницы и приводит к росту прибыли). Концепция франшизы бренда ЮТЕЛЬ – высокодоходная и эффективная бизнес-модель гостиницы уровня 3-4*. Первоначальный / паушальный взнос: 3500 рублей за номер. Необходимый начальный капитал: 200000 руб. В сумму инвестиций входит: вступительный взнос. Рекламный пай: 1,5 % от оборота в месяц. Роялти: 4% от оборота в месяц. Срок окупаемости: 2 года. Целевые регионы: Россия, СНГ. Требования к оператору/франчайзи: Наличие объекта или помещения под франчайзинговую гостиницу с определенным номерным фондом. Объект должен размещаться в курортной или туристической зоне. Номерной фонд - от 50 номеров. Прирост загрузки отеля – на 14%. Выберите наилучший вариант франшизы для гостиницы.

Образцы тестов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

1. Франчайзерами могут выступать:

- а) организации имеющие необходимый опыт, знания, обладающие технологическими секретами, определенным имиджем в мире бизнеса и у потребителей;
- б) приобретающие посредством первоначальных капиталовложений и последующих платежей право использовать «деловой комплекс» и выступающие как самостоятельный хозяйствующий субъект;
- в) являющиеся продавцом «делового комплекса» и стороной договора франшизы.

2. Торговый франчайзинг предполагает взаимоотношения сторон в сфере торговли, при которых:

- а) франчайзер передает, а франчайзи получает исключительное право, ограниченное определенной территорией, на реализацию под торговым знаком франчайзера выпускаемой им продукции;
- б) франчайзер передает франчайзи разработанную систему оказания услуг;
- в) франчайзер предполагает полное обеспечение своей головной компанией деятельности дилера-франчайзи.

3. Для франчайзера выгоды состоят в следующем:

- а) франчайзер имеет возможность гарантированного получения товаров и других необходимых элементов для работы без сбоев;
- б) увеличение рынка сбыта при минимальных вложениях - франчайзи вкладывает свою долю в бизнес и несет риск наравне с франчайзером;
- в) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации.

4. Для франчайзи выгоды состоят в следующем:

- а) франчайзи является самостоятельным юридическим лицом и не теряет свою независимость при принятии решений;
- б) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации;
- в) регулирование и контроль за качеством ведения бизнеса.

5. В обязанности франчайзи обычно входит:

- а) использовать, при осуществлении предусмотренной договором деятельности, фирменное наименование;
- б) приобретать товары (сырье, материалы) только у одобренных или названных франчайзером поставщиков;
- в) поставлять необходимые для эксплуатации «делового комплекса» сырье и материалы.

6. В обязанности франчайзера обычно входит:

- а) выдать франчайзи лицензии на право ведения деятельности, обеспечив их оформление в установленном порядке;
- б) не предоставлять другим лицам комплекс аналогичных исключительных прав для их использования на закрепленной.

7. Преимуществами для франчайзинга являются:

- а) установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы;
- б) определение финансовой мощи франчайзера;
- в) франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса.

8. Франчайзи платит франчайзеру первоначальный взнос и сервисную плату за права на бизнес:

- а) да;
- б) нет.

9. Франчайзер может предоставить фирме (своему франчайзи) право быть франчайзером в своем регионе. Это называется:

- а) субфранчайзинг;
- б) аренда;
- в) мастер франшиза.

10. Выберите правильный ответ:

- а) после подписания договора, франчайзи получает право собственности на товарный знак;
- б) право собственности на товарный знак остается у франчайзи после окончания выплат всех платежей;
- в) право собственности на товарный знак регулируется франчайзинговым договором;
- г) франчайзи вообще не получает прав собственности на товарный знак.

11. В предмет договора франчайзинга не входит право на:

- а) фирменное наименование;
- б) коммерческое обозначение;
- в) товарный знак;
- г) знак обслуживания;
- д) использование изобретений, промышленных образцов, программ для ЭВМ;
- е) использование ноу-хау;
- ж) использование произведения литературы.

12. Подлежит ли государственной регистрации концессионный договор:

- а) подлежит;
- б) не подлежит

13. Договор франчайзинга отличается от лицензионного договора тем, что:

- а) дает возможность использовать один определенный объект интеллектуальной собственности;
- б) дает возможность использовать комплекс объектов исключительных, а также иных имущественных прав;
- в) фактический изготовитель (услугодатель) обязан информировать о себе клиентов/потребителей.

14. Какое из условий франчайзинга не является существенным:

- а) обеспечить оформление необходимых лицензий и передачу их пользователю;
- б) передать пользователю документацию и иную информацию, необходимую для осуществления предоставленных ему прав;
- в) проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением предоставленных прав;
- г) контролировать качество товаров и услуг, производимых или оказываемых пользователем на основании договора?

15. Вправе ли пользователь по концессионному договору передавать полученный от правообладателя комплекс прав в субконцессию:

- а) вправе;
- б) вправе, если это предусмотрено договором;
- в) не вправе?

16. Вправе ли правообладатель по договору франчайзинга определять цену реализуемых пользователем товаров или услуг:

- а) вправе;
- б) не вправе?

17. Вправе ли пользователь по договору франчайзинга ограничивать круг своих потребителей-заказчиков лицами, имеющими место нахождения или жительства на конкретной территории:

- а) вправе;
- б) не вправе?

18. Какую ответственность несет правообладатель по договору франчайзинга по требованиям, предъявляемым заказчиком к пользователю в связи с ненадлежащим качеством реализуемых им товаров (торговый франчайзинг):

- а) несет солидарную ответственность;
- б) несет ответственность в размере реального ущерба;
- в) несет ответственность в размере реального ущерба и упущенной выгоды;

г) несет субсидиарную ответственность;

д) не несет ответственности?

19. Какую ответственность несет правообладатель по договору франчайзинга по требованиям, предъявляемым заказчиком к пользователю в связи с ненадлежащим качеством производимых им товаров (производственный франчайзинг):

а) несет субсидиарную ответственность;

б) несет ответственность в размере реального ущерба;

в) несет солидарную ответственность;

г) несет ответственность в размере полного ущерба;

д) не несет ответственности?

20. Если правообладатель по договору франчайзинга изменил свое фирменное наименование, которое применяет пользователь, то пользоваться новым наименованием правообладателя последний:

а) вправе;

б) не вправе.

21. Если правообладатель по договору франчайзинга отказал добросовестному пользователю в заключении договора на новый срок на тех же условиях, то он не вправе заключать новый договор с другим лицом в течение:

а) 1 года;

б) 2 лет;

в) 3 лет.

22. Правообладатель отвечает по требованиям, предъявляемым к пользователю в связи с несоответствием качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии:

а) солидарно с пользователем;

б) в субсидиарном порядке;

в) правообладатель и пользователь несут долевую ответственность

23. Правообладатель по договору коммерческой концессии отвечает по требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю товаров правообладателя:

а) солидарно с пользователем;

б) в субсидиарном порядке;

в) правообладатель и пользователь несут долевую ответственность.

24. Сторонами в договоре франчайзинга могут быть:

а) физические лица, юридические лица;

б) любые субъекты права;

в) только юридические лица;

г) коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

25. В случае смерти правообладателя - физического лица и неполучения его наследником регистрации в качестве предпринимателя в течение срока для принятия наследства договор франчайзинга:

а) прекращается;

б) продлевается на 6 месяцев;

в) действует весь срок, на который он заключен.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Список источников и литературы⁶

Основная литература:

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-

⁶ Рекомендуется включать в списки издания из ЭБС и не более 15 печатных изданий.

Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- 1 Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал ациональная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
- Cambridge University Press
- ProQuest Dissertation & Theses Global
- SAGE Journals
- Taylor and Francis
- JSTOR
- Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>
- <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

5.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. **Kaspersky Endpoint Security**

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

8. Методические материалы⁷

8.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий⁸

Семинар 1 История развития франчайзинга в мире. (4ч)

Вопросы для подготовки:

Развитие франчайзинга в сфере гостеприимства в России и в мире.

Примеры франчайзинговых гостиничных сетей

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

⁷ Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

⁸ План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.2). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы. При необходимости, планы практических и лабораторных занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

Семинар 2 Проблемы развития франчайзинга.**(4ч)***Вопросы для подготовки:*

1. Экономическая сущность франчайзинга.
2. Анализ франчайзинговой деятельности в гостиничной индустрии.
3. Преимущества и недостатки франчайзинга

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 3 Проблемы и перспективы развития франчайзинга в туристской индустрии (4 ч)*Вопросы для подготовки:*

1. Основные проблемы франчайзинга при продвижении на Российский рынок и их типология

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 4 Алгоритм создания бизнеса на основе приобретенного франчайзингового проекта (4 ч)

Вопросы для подготовки:

Особенности сотрудничества франчайзера и франчайзи.

Преимущества и недостатки франчайзинга с точки зрения франчайзи.

Зарубежный опыт использования франчайзинга, выявить методы и инструменты. Характеристика положительных и негативных сторон развития франчайзинговой деятельности для франчайзера и франчайзи.

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 5 Алгоритм создания франчайзингового проекта (4ч)

Вопросы для подготовки:

Основные преимущества и недостатки франчайзинга.

Проблемы занятости населения посредством создания новых рабочих мест для бизнеса по франшизе.

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>

2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 6 Алгоритм создания франчайзингового проекта (4ч)

Вопросы для подготовки:

Развитие сети франшизных предприятий.

.Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 7 Инфраструктура франчайзинга в гостеприимстве. (4ч)

Вопросы для подготовки:

1. Механизмы франчайзинга в гостиничной индустрии.
2. Использование франчайзинга как инструмента продвижения инновационных проектов.

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>

2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 8 Финансовые инструменты для франчайзинга (4ч)

Вопросы для подготовки:

1. Роль банковских продуктов в развитии франчайзинга в России.
2. Преимущества применения франчайзинга как финансового инструмента для разработчика франшизы

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

Семинар 9 – Государственная поддержка развития франчайзинга в России (4ч)

Вопросы для подготовки:

1. Франчайзинговая система в гостиничном бизнесе.
2. Мировые гостиничные цепи в системе франчайзинга законодательное регулирование и поддержка

Литература

Котлер Филип. Маркетинг : Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-Дана, 2012. - XXVI, 1045 с. : ил. ; 24 см. - (Серия "Зарубежный учебник"). - Пер. изд.: Marketing for hospitality and tourism / Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens. - 4. ed. (Upper Saddle River (N. J.) : Pearson : Prentice Hall). - Доп. тит. л. ориг. англ. - ISBN 978-5-238-01263-6. - ISBN 0-13-119378-3 : 600.00.

Дополнительная литература

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с. 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>
3. Ягудин, С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учебно-методический комплекс / С.Ю. Ягудин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 375 с. - ISBN 978-5-374-00241-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90932>

8.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ⁹

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: –
 - актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
 - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы: –
 - соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;

⁹ В раздел включаются требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ предусмотренных учебным планом или рабочей программой (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.). При наличии кафедральных или факультетских рекомендаций по подготовке письменных работ раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя - составителя. Если письменная работа не предусмотрена, раздел не включается.

- грамотность и культура изложения;
- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
- соблюдение требований к объему доклада;
- культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:

- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Тестовый метод контроля качества обучения имеет ряд несомненных преимуществ перед другими педагогическими методами контроля: высокая научная обоснованность теста; технологичность; точность измерений; наличие одинаковых для всех испытуемых правил проведения испытаний и правил интерпретации их результатов; хорошая сочетаемость метода с современными образовательными технологиями.

Основные принципы тестирования следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего государственного образовательного стандарта. К принципам тестирования примыкают принципы построения тестовых заданий, включающие в себя следующие принципы:

- коллегиальная подготовка тестовых заданий - позволяет существенно уменьшить важнейший недостаток индивидуального контроля знаний – его субъективность.
- централизованное накопление тестовых заданий - составленные и отобранные экспертами тестовые задания должны храниться в базе данных системы тестирования, обрабатываться педагогом по соответствующей дисциплине с целью устранения возможных дублирований заданий.
- унификация инструментальных средств подготовки тестовых заданий - образовательные учреждения должны использовать унифицированное программное обеспечение систем тестирования, инвариантное к предметной области.

Методические аспекты контроля знаний включают:

1. Выбор типов и трудности тестовых заданий («что контролировать?»). Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля на данном этапе учебного процесса. Так на этапе восприятия, осмысления и запоминания оценивается уровень знаний

обучающегося о предметной области и понимания основных положений. Способность обучающегося применять полученные знания для решения конкретных задач, требующих проявления познавательной самостоятельности, оценивается как соответствие требуемым навыкам и/или умениям.

2. Планирование процедуры контроля знаний («когда контролировать?»). Учебный процесс принято рассматривать как распределенный во времени процесс формирования требуемых знаний, навыков и умений. Соответственно этому, выделяют следующие четыре этапа контроля знаний.

1. Исходный (предварительный) контроль. Данный контроль проводится непосредственно перед обучением, имея целью оценить начальный уровень знаний обучающегося и соответственно планировать его обучение.

2. Текущий контроль. Осуществляется в ходе обучения и позволяет определить уровень усвоения обучающимся отдельных разделов учебного материала, а затем на этой основе скорректировать дальнейшее изучение предмета.

3. Рубежный контроль. Проводится по завершении определенного этапа обучения служит цели оценки уровня знаний обучающегося по теме или разделу курса.

Итоговый контроль. Позволяет оценить знания, умения и навыки обучающегося по курсу в целом.

2. Формирование набора адекватных тестовых заданий («как контролировать?»). Используются следующие формы тестовых заданий:

- цепные задания - задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание;
- тематические задания - совокупность тестовых заданий любой формы, разработанных для контроля знаний обучающихся по одной изученной теме. Задания могут быть цепными и тематическими одновременно, если их цепные свойства имеют место в рамках одной темы;
- текстовые задания - совокупность заданий, созданных для контроля знаний обучающихся конкретного учебного текста, текстовые задания удобны для проверки классификационных знаний;
- ситуационные задания - разрабатываются для проверки знаний и умений обучающихся действовать в практических, экстремальных и других ситуациях, а также для интегрального контроля уровня знаний обучающихся. Каждая из рассмотренных форм тестовых заданий имеет несколько вариантов. Например, возможны задания с выбором одного правильного ответа, с выбором одного наиболее правильного ответа и задания с выбором нескольких правильных ответов. Последний вариант является наиболее предпочтительным.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т. п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и, графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

- установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;
- установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

8.3 Другие материалы¹⁰

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине

Самостоятельная работа студентов (СРС) под руководством преподавателя является составной частью «самостоятельная работа студентов», принятого в высшей школе. СРС под руководством преподавателя представляет собой вид занятий, в ходе которых студент, руководствуясь методической и специальной литературой, а также указаниями преподавателя, самостоятельно выполняет учебное задание, приобретая и совершенствуя при этом знания, умения и навыки практической деятельности. При этом взаимодействие студента и преподавателя приобретает вид сотрудничества: студент получает непосредственные указания преподавателя об организации своей самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию руководства через консультации и контроль.

Познавательная деятельность студентов при выполнении самостоятельных работ данного вида заключается в накоплении нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (опыта действий по известному алгоритму) путем осуществления переноса знаний, умений и навыков. Суть заданий работ этого вида сводится к поиску, формулированию и реализации идей решения. Это выходит за пределы прошлого формализованного опыта и в реальном процессе мышления требует от обучаемых варьирования условий задания и усвоенной ранее учебной информации, рассмотрения ее под новым углом зрения. В связи с этим самостоятельная работа данного вида должна выдвигать требования анализа незнакомых студентом ситуаций и генерирования новой информации для выполнения задания. В практике вузовского обучения в качестве самостоятельной работы чаще всего используются домашние задания, отдельные этапы лабораторных и семинарско-практических занятий

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Студент должен четко уяснить, что именно с лекции начинается его подготовка к практическому занятию. Вместе с тем, лекция лишь организует мыслительную деятельность, но не обеспечивает глубину усвоения программного материала.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа:

1-й - организационный,

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой

¹⁰ Раздел содержит материалы, необходимые для изучения дисциплины (*модуля*): методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины (*модуля*), рабочую тетрадь студента, сценарии деловых игр, набор кейсов, упражнения, задания для самостоятельной работы, хронологические таблицы и т.п. Раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя.

обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к семинару рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале семинара студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации по подготовке электронной презентации

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;
- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовок), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.
- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

**Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса» реализуется кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Целью освоения дисциплины является получение студентами необходимых знаний и практических навыков ориентации и выбора франшиз в сфере гостиничного бизнеса, руководствуясь приоритетными критериями выбора. Курс представляет собой систематизированное изложение теоретических и методологических вопросов, связанных с проблемами и перспективами франчайзинга в гостеприимстве, алгоритмами действий потенциальных франчайзи, алгоритмами действий по созданию франчайзингового проекта и построению франчайзинговой сети, правовыми и экономическими основами взаимодействия субъектов франчайзинговых отношений.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- знакомство студента с основными понятиями, используемыми при изучении дисциплины;
- формирование представления студента о методологии создания франчайзингового проекта правовыми и экономическими основами взаимодействия субъектов франчайзинговых отношений;
- формирование необходимых менеджеру гостиничного предприятия социальных и личностных качеств: гражданственности, толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.

ПКУ-2 Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере

ПКУ-2.3 Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- инструменты, приемы и технологии франчайзинга
- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы франчайзинга

Уметь:

- применять методы оценки и анализа франчайзинга.
- пользоваться нормативными документами в профессиональной деятельности.

Владеть:

- методами оценки франшизы; приемами и инструментами формирования франшизы.
- способностью использовать теоретические знания в процессе принятия решений в туристическом бизнесе на основе применения метода франчайзинга.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме промежуточной аттестации - зачета с оценкой в 8 семестре

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 зачетных единицы, 108 часа**