

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Авторы-составители: **Зырянов Александр Иванович**
Овчинникова Ирина Геннадьевна
Волк Елена Николаевна

Рабочая программа дисциплины

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ГОСТИНИЧНОМ
ПРЕДПРИЯТИИ**

Код УМК 92755

Утверждено
Протокол №11
от «23» июня 2021 г.

Пермь, 2021

1. Наименование дисциплины

Стратегический менеджмент и маркетинг в гостиничном предприятии

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **43.03.03** Гостиничное дело
направленность Гостиничная деятельность

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Стратегический менеджмент и маркетинг в гостиничном предприятии** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

43.03.03 Гостиничное дело (направленность : Гостиничная деятельность)

ПК.8 Способен применять прикладные методы исследовательской деятельности, мониторинга и прогнозирования развития рынка гостиничных услуг

Индикаторы

ПК.8.1 Использует существующие технологии проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства и прикладные методы исследования гостиничного продукта на рынке индустрии размещения и питания

ПК.8.2 Применяет методики определения рыночных потребностей, реальный объем продаж гостиничного продукта

ПК.8.3 Осуществляет на основе полученной информации прогнозирование объемов и ассортимента гостинично-ресторанных услуг

ПК.8.4 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания на предприятиях размещения и питания

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	43.03.03 Гостиничное дело (направленность: Гостиничная деятельность)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Письменное контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Стратегия как система развития конкурентных преимуществ.

Стратегия, стратегическое решение и стратегический потенциал. Принципы классификации школ стратегий. Концепции прескриптивных школ. Концепции дескриптивных школ. Концепции смешанных школ

Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства.

Место и роль экономической стратегии в управлении предприятием. Классификационная модель экономической стратегии. Методика формирования и выбора вариантов стратегии предприятия. Определение стратегической полезности долговременных управленческих решений. Принципы оптимизации экономической стратегии

Стратегии достижения экономической прибыли предприятия.

Товарная стратегия. Стратегия снижения производственных издержек. Стратегия ценообразования. Стратегия взаимодействия с рынками производственных ресурсов. Стратегия мотивации. Стратегия финансового оздоровления

Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия

Стратегия конкуренции. Стратегия повышения качества. Инновационная стратегия. Стратегия усиления позиций на рынке. Стратегия глобализации.

Стратегии увеличения стоимости/ценности компании

Инвестиционная стратегия. Стратегия экономического роста. Стратегия бизнес-реинжиниринга. Стратегия максимизации стоимости предприятия. Методики оценки стоимости предприятия. Стоимостной подход в оценочной деятельности. Методика оценки стоимости гостиниц и других предприятий ИГиТ

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Жук, Е. С. Стратегический маркетинг : учебник / Е. С. Жук, Н. П. Кетова. — Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. — 203 с. — ISBN 978-5-9275-0904-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/47144.html>
2. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, Университетская книга, 2008. — 320 с. — 978-5-98704-272-7. <http://www.iprbookshop.ru/9062.html>
3. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеев, И. И. Драгилева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-04356-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/102273.html>

Дополнительная:

1. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97585.html>
2. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, Стрикленд Дж. А. ; под редакцией Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 577 с. — ISBN 5-85173-059-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74945.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://www.rata.ru> Российский союз туриндустрии
<http://www.unwto.org/index.php> Всемирная туристская организация - WTOUN.
<http://www.unwto.org/index.php> Всемирная туристская организация - WTOUN.
. <http://www.rha.ru> Российская гостиничная ассоциация
<http://www.rha.ru> Российская Гостиничная Ассоциация - РГА
<http://www.unwto.org/index.php> Всемирная туристская организация - WTOUN
. <http://www.unwto.org/index.php> Всемирная туристская организация - WTOUN.
<http://www.rha.ru> Российская гостиничная ассоциация
<http://www.rha.ru> Российская Гостиничная Ассоциация - РГА
<http://www.rata.ru> Российский союз туриндустрии.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Стратегический менеджмент и маркетинг в гостиничном предприятии** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
доступ в электронную информационно-образовательной среду университета.
Офисный пакет приложений «LibreOffice».

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).
система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.
система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория для лекционных занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для практических занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью

подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещения Научной библиотеки ПГНИУ

Групповые (индивидуальные) консультации проходят в аудитории, оснащенной презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Стратегический менеджмент и маркетинг в гостиничном предприятии**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ПК.8

Способен применять прикладные методы исследовательской деятельности, мониторинга и прогнозирования развития рынка гостиничных услуг

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.8.1 Использует существующие технологии проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства и прикладные методы исследования гостиничного продукта на рынке индустрии размещения и питания</p>	<p>Применяет технологии проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства и прикладные методы анализа гостиничного продукта на рынке индустрии размещения и питания;</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не имеет представления о методах и технологии организации и проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства; не умеет организовать и провести исследование рынка гостиничных услуг; владеет навыками стратегического анализа, но допускает существенные ошибки.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Имеет представление о методах и технологии организации и проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства; Умеет организовать и провести исследование рынка гостиничных услуг; владеет навыками стратегического анализа, но допускает ошибки.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>Знает методику и технологии организации и проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства; Умеет организовать и провести исследование рынка гостиничных услуг; владеет навыками стратегического анализа</p> <p align="center">Отлично</p> <p>Уверенно демонстрирует знания методики и технологии организации и проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства; Умеет организовать и провести исследование рынка гостиничных услуг; владеет навыками стратегического анализа</p>
<p>ПК.8.4 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества</p>	<p>Организует мониторинг качества обслуживания на предприятиях размещения и питания, разрабатывает стратегию гостиничного предприятия.</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Имеет смутное представление о методике формирования и выбора вариантов стратегии гостиничного предприятия. Не умеет применять в профессиональной деятельности основные системы и функции</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>обслуживания на предприятиях размещения и питания</p>		<p>Неудовлетворител гостиничного стратегического менеджмента. Владеет навыками гостиничного стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия (при этом допускает существенные ошибки).</p> <p>Удовлетворительн Имеет представление о методике формирования и выбора вариантов стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного стратегического менеджмента (при этом допускает существенные ошибки). Владеет навыками гостиничного стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия.</p> <p>Хорошо Знает методику формирования и выбора вариантов стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного стратегического менеджмента (при этом допускает незначительные ошибки). Владеет навыками гостиничного стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия; разработки стратегии и тактики гостиничной деятельности.</p> <p>Отлично Уверенно демонстрирует знания методики формирования и выбора вариантов стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного стратегического менеджмента. Владеет навыками гостиничного стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия; разработки стратегии и тактики гостиничной деятельности.</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.8.3 Осуществляет на основе полученной информации прогнозирование объемов и ассортимента гостинично-ресторанных услуг</p>	<p>Прогнозирует объемы продаж гостинично-ресторанных услуг с целью оптимизации разработанной экономической стратегии гостиничного предприятия</p>	<p>Неудовлетворител Имеет слабое представление о принципах оптимизации экономической стратегии гостиничного предприятия. Не умеет применять в профессиональной деятельности основные методы мотивации и стимулирования персонала гостиничного предприятия. Не владеет навыками организации и координации работы исполнителей, стимулирования и контроля профессиональной деятельности</p> <p>Удовлетворительн Имеет представление о принципах оптимизации экономической стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные методы мотивации и стимулирования персонала гостиничного предприятия (при этом допускает 1-2 существенных ошибки). Владеет навыками организации и координации работы исполнителей, стимулирования и контроля профессиональной деятельности</p> <p>Хорошо Знает принципы оптимизации экономической стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные методы мотивации и стимулирования персонала гостиничного предприятия (при этом допускает 1-2 несущественных ошибки). Владеет навыками организации и координации работы исполнителей, стимулирования и контроля профессиональной деятельности</p> <p>Отлично Уверенно демонстрирует знания принципов оптимизации экономической стратегии гостиничного предприятия. Умеет применять в профессиональной деятельности основные методы мотивации и стимулирования персонала гостиничного предприятия. Владеет навыками организации и координации работы исполнителей, стимулирования и контроля</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p align="center">Отлично профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК.8.2 Применяет методики определения рыночных потребностей, реальный объем продаж гостиничного продукта</p>	<p>Определяет рыночные потребности в гостиничном бизнесе в рамках разработки конкурентной стратегии гостиничного предприятия</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Имеет слабое представление о конкурентных стратегиях. Не умеет применять методики определения рыночных потребностей в гостиничных услугах. Не владеет навыками определения реального объема продаж гостиничного продукта</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Имеет представление о конкурентных стратегиях, а также особенностях их формирования на рынке гостеприимства. Умеет применять методики определения рыночных потребностей в гостиничных услугах (при этом допускает 1-2 существенные ошибки). Владеет навыками определения реального объема продаж гостиничного продукта</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>Знает конкурентные стратегии, а также особенности их формирования на рынке гостеприимства. Умеет применять методики определения рыночных потребностей в гостиничных услугах. Владеет навыками определения реального объема продаж гостиничного продукта</p> <p align="center">Отлично</p> <p>Уверенно демонстрирует знания конкурентных стратегий, а также поясняет особенности их формирования на рынке гостеприимства. Умеет применять методики определения рыночных потребностей в гостиничных услугах. Владеет навыками определения реального объема продаж гостиничного продукта</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Стратегия как система развития конкурентных преимуществ. Входное тестирование	Менеджмент и маркетинг в сфере обслуживания
ПК.8.1 Использует существующие технологии проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства и прикладные методы исследования гостиничного продукта на рынке индустрии размещения и питания	Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства. Защищаемое контрольное мероприятие	Виды и уровни стратегий
ПК.8.4 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания на предприятиях размещения и питания ПК.8.3 Осуществляет на основе полученной информации прогнозирование объемов и ассортимента гостинично-ресторанных услуг	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия. Письменное контрольное мероприятие	маркетинговые стратегии

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.8.2 Применяет методики определения рыночных потребностей, реальный объем продаж гостиничного продукта	Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия Защищаемое контрольное мероприятие	Стратегический анализ и разработка конкурентной стратегии

Спецификация мероприятий текущего контроля

Стратегия как система развития конкурентных преимуществ.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Входной контроль проводится в форме тестирования по вопросам, изученным в дисциплине "Менеджмент и маркетинг в сфере обслуживания". В тесте 40 вопросов, каждый правильный ответ оценивается в 1 балл	40
Минимальный проходной балл - 20	20

Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Критерии оценки реферата Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулировании нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) заявленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной	30

<p>литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.</p> <p>26-30 баллов, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p>	
<p>14 - 25 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p>	25
<p>6 - 13 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p>	13
<p>1-5 баллов – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.</p>	5

Стратегии достижения экономической прибыли предприятия.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Контрольное мероприятие проводится в форме тестирования. В тесте 40 вопросов, каждый правильный ответ оценивается в 1 балл	40
Минимальный проходной балл - 17	17

Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Оценка выполнения задания состоит из двух частей: 1. Правильность выполнения пяти видов стратегического анализа – 15 баллов (0 – не выполнено; 1 – есть существенные ошибки; 2 – есть небольшие неточности; 3 – выполнено верно)2. Умение представить результаты работы (критерии оценки во вложенном файле). Максимально возможный балл - 15	30
Минимальный проходной балл - 13	13