

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**«Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность Гостиничная деятельность

Уровень квалификации выпускника бакалавр

Форма обучения очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Название дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

к.э.н., доцент Ключевская И.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 30.08.2020г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

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

9. Методические материалы

- 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
- 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
- 9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

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 (модулю), 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

1	Раздел 1. - Терминология. История франчайзинга в мире.	8	2	4				14	Проверка индивидуальных сообщений – рабочей тетради, опрос.
2	Раздел 2. - Проблемы развития франчайзинга. Преимущества и недостатки франчайзинга на предприятиях сферы гостеприимства	8	2	8				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа.
3	Раздел 3. - Алгоритм создания бизнеса на основе приобретенного франчайзингового проекта или как статья франчайзи	8	4	4				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа.
4	Раздел 4. - Алгоритм создания франчайзингового проекта или как статья франчайзером	8	4	8				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа.
5	Раздел 5. - Инфраструктура франчайзинга в гостеприимстве. Финансовые инструменты для франчайзинга	8	4	8				18	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа контрольная работа
6	Раздел 6. – Государственная поддержка развития франчайзинга в России	8	4	4				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа. Тестирование
	всего	8	20	36				96	Зачет с оценкой

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	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 франчайзером	Основные преимущества и недостатки франчайзинга. Франчайзинг способствует решению проблемы занятости населения 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	Государственная поддержка развития франчайзинга. Франчайзинговая система в гостиничном бизнесе. Мировые гостиничные

	России	цепи в системе франчайзинга.
--	--------	------------------------------

4. Образовательные технологии

<i>№ п/п</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. Преимущества и недостатки франчайзинга на предприятиях сферы гостеприимства	Лекция 2 Семинар 2-3 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора 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	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора
		Семинар 9	Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование
		Самостоятельная работа	Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
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

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (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 (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>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ 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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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
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, мощьность, 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.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Список источников и литературы

6.1. 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-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>

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

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

№п	Наименование
----	--------------

/п	
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007

Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014

Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005

MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark

Microsoft Academic Alliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная

Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. 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 CE;
 - 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, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

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>

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>

Приложение 1

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса» Б1.В.ДВ.04.03 относится вариативной части к дисциплинам по выбору учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело». Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ 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 **4 зачетных единицы, 152 часа**

Приложение 2

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ _____ от _____

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ОП ВО

(название)

(подпись, ф.и.о.)

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе (*модуле*) дисциплины _____
(название дисциплины)
по направлению подготовки (*специальности*) _____

на 20__/20__ учебный год

1. В _____ вносятся следующие изменения:

(элемент рабочей программы)

1.1.;

1.2.;

...

1.9.

2. В _____ вносятся следующие изменения:

(элемент рабочей программы)

2.1.;

2.2.;

...

2.9.

3. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)

3.1.;

3.2.;

...

3.9.

Составитель
дата

подпись

расшифровка подписи