

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
МОДУЛЯ**

компетентностного типа

Б1.В.09 Модуль инновационный

Б1.В.09.01 Социальное предпринимательство

Б1.В.09.02 Инновационный менеджмент

Б1.В.09.03 Управление изменениями

Б1.В.09.04 Форсайт-технологии в менеджменте

Б1.В.09.05 Управленческий консалтинг

Б1.В.09.ДВ.01.01 Брендинг

Б1.В.09.ДВ.01.02 Ивент-менеджмент

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) «Менеджмент организации»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, очно-заочная

Год набора – 2022

Авторы – составители:

доцент кафедры менеджмента

доцент кафедры менеджмента

преподаватель кафедры менеджмента

доцент кафедры менеджмента

заведующий кафедрой менеджмента

доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна

Бондаренко Ирина Викторовна

Иванова Марина Владимировна

Матюнин Владимир Михайлович

Симагина Ольга Владимировна

Филиппов Дмитрий Викторович

Новосибирск, 2022

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания и умения, позволяющие реализовывать профессиональные компетенции в части решения инновационных задач

План курса:

Содержание блока теоретического обучения

Раздел 1. Социальное предпринимательство

Тема 1. Теоретические основы и практический опыт развития социального предпринимательства

Понятие социального предпринимательства. Подходы к анализу феномена социального предпринимательства: индивидуалистский, коллективистский, институциональный. Понятия «социальной ценности», «социальной добавленной стоимости», «социальной инновационности». Характерные черты и место социальных предприятий в экономике.

Долгосрочное и устойчивое развитие. Пионеры социального предпринимательства (Дрейтон Б., Янг М., Махмуд Юнус). Особенности развития социального предпринимательства в Европе, Америке, Азии, России.

Основные виды деятельности социальных предприятий в России.

Тема 2. Организационно-правовые основы социального предпринимательства в России

Типология социальных предприятий в России. Законодательная база РФ о социальном предпринимательстве. Организационно-правовые формы социальных предприятий и их особенности. Особенности взаимодействия социальных предприятий и государства, в т.ч. и поддержки со стороны государства.

Тема 3. Типы бизнес-моделей в социальном предпринимательстве

Классификация бизнес-моделей в социальном предпринимательстве по М. Юнусу, А.Ким, в России (Баталина М, Московская А., Тарадина Л.). Типы бизнес моделей с т.з. МЭР РФ.

Среда бизнес-моделирования: факторы и ограничения. Структурные элементы бизнес-модели: ценностные предложения, потребительские сегменты, каналы сбыта, потоки поступления денежных средств, ключевые партнеры, потоки поступления доходов, структура издержек, базовые ресурсы.

Тема 4. Практическое использование инструментов маркетинга в социальном предпринимательстве

Маркетинг в сфере социального предпринимательства. Особенности комплекса маркетинга. Роль и место маркетинговых исследований. Особенности применения рекламы и PR в социальном предпринимательстве. Социальный маркетинг: понятие, сущность, основные этапы развития. Фандрайзинг и организация специальных акций брендов-спонсоров.

Тема 5. Структура и содержание бизнес-плана в социальном предпринимательстве

Особенности бизнес-планирования в социальном предпринимательстве. Ключевые разделы бизнес-плана: маркетинговый, операционный, производственный, организационный, финансовый, оценка и страхование рисков.

Тема 6. Оценка эффективности и рисков бизнес-плана в социальном предпринимательстве

Финансовая оценка эффективности: точка безубыточности, срок окупаемости, срок возврата заемных средств, прибыль, рентабельность. Социальная оценка эффективности:

количество вновь создаваемых рабочих мест, создание дополнительных источников дохода для населения, улучшение условий жизни населения.

Раздел 2. Инновационный менеджмент

Тема 1. Тенденции развития экономики. Основные понятия инновационного менеджмента. Инфраструктура инновационной деятельности.

Введение в инновационный менеджмент. Развитие мировой экономики в XXI веке. Технологические уклады. Вызовы социально-экономического развития. Особенности модернизации национальных экономик. Технологические платформы.

Инновации и инновационная деятельность. Классификация инноваций. Инновационный процесс. Инновационный проект. Инновационная инфраструктура. Национальные инновационные системы в России и за рубежом.

Цели и задачи инфраструктуры инновационной деятельности. Бизнес-инкубаторы. Бизнес-акселераторы и Технопарки. Технополисы. Наукограды. Инновационные кластеры. Технично-внедренческие особые экономические зоны. Информационная поддержка инновационной деятельности. Примеры создания инновационной инфраструктуры в России и за рубежом.

Тема 2. Состояние и основные направления инновационной политики РФ и субъектов РФ.

Цели и принципы инновационной политики РФ. Состояние и проблемы инновационного развития России и регионов. Правовое регулирование инновационной деятельности. Интеллектуальная собственность. Основные направления и этапы инновационного развития. Показатели и оценка инновационной деятельности в России и за рубежом. Мониторинги и рейтинги инновационного развития в России и за рубежом. Региональная инновационная политика.

Тема 3. Источники финансирования и стимулирование инновационной деятельности

Особенности финансирования инновационной деятельности. Бюджетное финансирование. Внебюджетные фонды. Венчурное финансирование. Государственно-частное партнерство. Собственные средства организаций. Бизнес-ангелы. Направления и формы стимулирования инновационного развития в России и за рубежом. Малый инновационный бизнес. Проблемы развития инновационной деятельности в малом бизнесе (российский и зарубежный опыт).

Тема 4. Инновационное развитие малого и среднего бизнеса.

Создание инфраструктуры инновационной деятельности. Основные направления развития региональной инфраструктуры. Государственно-частное партнерство в инновационном развитии. Показатели инновационной деятельности организаций. Инновационный климат и инновационная восприимчивость. Примеры инновационного развития организаций.

Тема 5. Использование результатов SWOT-анализа для выбора направлений инновационной деятельности

Поиск перспективных направлений инновационного развития на пересечении сильных сторон организации с возможностями внешней среды. Оценка потенциальных рисков с учетом угроз внешней среды и слабых сторон организации.

Тема 6. Управление организационными изменениями

Планирование организационных изменений. Оценка необходимых материальных и человеческих ресурсов. Проведение организационных изменений. Усиление движущих сил и минимизация сил сопротивления. Деловая игра.

Раздел 3. Управление изменениями

Тема 1. Закономерности развития организаций

Модели организационно развития Концепция фазовой трансформации бизнеса Грейнера. Модель жизненного цикла И. Адизеса. патологии и болезни роста организаций.

Тема 2. Сущность, цели и принципы управления изменениями.

Понятия и история развития организационных изменений. классификация организационных изменений. компоненты процесса преобразований. Причины и последствия крупных перемен в организации. Причины индивидуального и группового сопротивления. Системное сопротивление: зависимость сопротивления от управленческой компетенции. Природа спонтанных изменений, адаптивные изменения

Тема 3. Технологии, модели и методы управления изменениями в организации.

Внедрение спонтанных изменений с помощью управления сопротивлением. Технологии управления изменением: «анализ силовых полей», «Создание «стартовой площадки», тактика преодоления сопротивления изменениям, «Системная технология вмешательства». Теория Е и теория О организационных изменений. Модель преобразований бизнеса Ф. Гуияра и Дж. Келли. модель "От хорошего к великому" Дж. Коллинза.

Тема 4. Причины сопротивления изменениям и способы их преодоления.

Особенности понятия «сопротивление переменам». Причины сопротивления. Характеристика личных и структурных барьеров. Типы негативного отношения к изменениям и способы их преодоления С. Хеллера. Шесть способов преодоления сопротивления, их достоинства и недостатки, особенности использования данных способов на практике.

Тема 5. Принятие решений в организациях в условиях изменений

Особенности процесса принятия решений в условиях реализации изменений в организации. Четыре подхода к процессу принятия решений: подход на основе теории управления, модель Карнеги, модель инкрементального процесса принятия решения, модель «мусорного ящика»

Тема 6. Роль организационной культуры и структуры в управлении изменениями.

Диагностика организационной культуры. Содержание организационной культуры. Организационное развитие как метод изменения организационной культуры. Классификация организационных культур; Фирменные стандарты как часть корпоративной культуры; Компоненты корпоративной культуры, Стадии развития корпоративной

культуры. Адаптирующаяся организационная культура. Методы диагностики организационной культуры. Методы управления организационной культурой

Тема 7. Реструктуризация организации.

Три области проведения структурных преобразований. Изменения в организационной стратегии. Изменение организационно-правовой формы. Изменения в структуре и системах управления. Реинжиниринг бизнес-процессов. Условия проведения реструктуризации. Этапы проведения реструктуризации.

Тема 8. Альтернативные подходы к изменениям в области менеджмента

Характеристика альтернативных подходов: применение власти, переподготовка специалистов, применение разумных расчетов.

Раздел 4. Форсайт-технологии в менеджменте

Тема 1. Введение в форсайт.

История форсайта. Понятие форсайта. Принципы форсайта. Инструменты форсайта. Функции форсайта. Особенности форсайта. Преимущества форсайта. Ограничения форсайта. Элементы форсайта. Компетенции форсайт специалистов. Разновидности форсайта

Тема 2. Этапы форсайта.

Определение потребности в форсайте. Переговоры с заказчиком. Продукты форсайта. Форсайт сессия. Отчетность по форсайту. Презентация результатов форсайта заказчику

Тема 3. Организация форсайта.

Команда форсайт сессии. Префорсайт. Проектирование форсайт сессии. Подбор участников форсайт сессии. Материально-техническое обеспечение форсайт сессии. Организация пространства форсайт сессии

Тема 4. Модерация в форсайт-сессии.

Роли и обязанности команды форсайт-сессии. Компетенции модератора. Работа модератора с группой. Перечень шагов модерации. Начало работы с группой. Процедуры получения информации для пополнения карты будущего. Проверка полноты содержания карты будущего. Приемы принятия групповых решений. Управление групповой динамикой. Рефлексия участников форсайт-сессии.

Тема 5. Технология форсайта.

Установка на работу и распределение на группы. Экспертные выступления. Определение объекта форсайта. Дефициты и уникальности объекта форсайта. Карта будущего и ее элементы. Формирование поля тренды. Работа с субъектами, угрозами, возможностями, политиками, форматами, технологиями, проектами.

Раздел 5. Управленческий консалтинг

Тема 1. Понятие «управленческого консалтинга» в контексте современного менеджмента. История управленческого консалтинга.

Определение управленческого консалтинга (как процесс, как услуга, как бизнес). Объект и предмет управленческого консалтинга. Принципы управленческого консультирования. Предпосылки возникновения управленческого консультирования. Управленческий консалтинг в развитых капиталистических странах в 50-е 80-е годы XX-го века. Мировой опыт осуществления управленческого консалтинга в 90-е годы XX-го века. Тенденции XXI-го века в управленческом консалтинге. Классификация консалтинга по видам экономической деятельности. Компании-лидеры в сфере управленческого консалтинга.

Тема 2. Методология управленческого консалтинга. Роли консультанта

Связь консалтинга с другими науками. Виды управленческого консалтинга. Классификация методов применяемых в консалтинге. Методы анализа проблем, разработки решений и внедрения изменений. Методы взаимодействия с заказчиком и его представителями. Проблемы профессиональной этики консультантов. Роли консультантов.

Тема 3. Основные консалтинговые технологии

Аудит: понятие, классификация, область применения, инструментарий; реинжиниринг: понятие, классификация, область применения, инструментарий; тренинг: понятие, классификация, область применения, инструментарий; коучинг: понятие, классификация, область применения, инструментарий; рекрутинг: понятие, классификация, область применения, инструментарий. Аутсорсинг и консалтинг. Применение информационно-коммуникационных технологий в консалтинге.

Тема 4. Основные стадии управленческого консалтинга.

Характеристика стадий управленческого консалтинга: предпроектная, проектная, постпроектная. Коммерческое предложение, подготовка к взаимодействию с заказчиком. Подготовка и заключение контракта с заказчиком. Организация проектной деятельности по решению проблемы заказчика. Контроль и реализации консалтингового проекта. Преодоление сопротивления изменениям. Поддержка изменений. Обратная связь и презентация способов решения проблемы заказчику. Структура и содержание отчета. Промежуточный и итоговый отчеты. Формы презентации отчета. Подготовка и проведение презентации. Управление завершением консалтингового проекта.

Тема 5. Ведение переговоров с заказчиком по подготовке и выполнению консалтинговых проектов.

Понятие переговоров, стили переговоров, тактика и психология переговоров. Переключение между стилями переговоров. Подготовка к переговорам. Роли в переговорной команде. Алгоритм ведения переговоров. Партнерские отношения в переговорах.

Раздел 6. Брендинг

Тема 1. Бренд как инструмент маркетинга

Сущность и содержание понятий: товарный знак, торговая марка, бренд. Задачи и функции бренда. Место брендинга в маркетинге. Концепции брендинга (традиционный, управление активами торговой марки, эмпирический, бренд-билдинг). Примеры ведущих мировых брендов. История развития брендинга. История развития брендинга в России.

Тема 2. Преимущества и недостатки бренда

Бренд как маркетинговая категория. Возникновение брендов и их рыночная ниша. Когда бренд становится брендом? Бренд и торговая марка, бренд и место производства товара, бренд и патент. Когда и кому целесообразно развивать товар или услугу как бренд? Преимущества бренда для покупателя: символическое значение, стабильно качество, отсутствие необходимости выбора. Преимущества бренда для производителя: «запас» потребительской лояльности, дополнительные варианты монетизации, более высокая маржа (по сравнению с не-брендами).

Тема 3. Элементы бренда

Бренд как совокупность элементов. Цена, форма, цветовое решение, логотип, музыкальная тема, шрифт и другие элементы. Сочетаемость элементов. Вариативность и изменчивость элементов. Разница между товарным брендом и брендом организации. Бренды в сфере услуг. Восприятие брендов: национальные и локальные особенности.

Тема 4. Алгоритм создания бренда

Создание бренда как алгоритм. Критерии нейминга – фоно-семантический, психо-семантический, юридический, лингвистический. Использование аббревиатур для именованья брендов – плюсы и минусы. Определение оптимального размера упаковки и цены. Тестирование потребительских качеств бренда, тестирование элементов бренда, тестирование промо-материалов – принципы и технологии. Допустимые и недопустимые методы исследования.

Тема 5. Приемы продвижения брендов

Этапы продвижения. Цели и задачи продвижение, измерение эффективности продвижения бренда. Кампании по продвижению брендов. Традиционные каналы продвижения и интернет. Инструменты интернет-продвижения: SEO оптимизация, SMM, PR-продвижение. Управление репутацией в сети. GIS-системы в продвижении брендов. Точки размещения рекламы при продвижении брендов. Объемы рекламирования – как не переплачивать за неэффективную рекламу.

Тема 6. Особенности управления товарным брендом

Ошибки брендинга. Ребрендинг. Ошибки дистрибуции. Когда можно и когда нельзя продвигать бренд с помощью PR. Спонсорство. Зонтичные бренды – внутренние и внешние. «Точка возникновения» бренда: бренды производителя, бренды дистрибьютора, бренды торговой сети. Восприятие бренда покупателем и потребителем. Приемы обеспечения потребительской лояльности. Этапы жизненного цикла товарного бренда.

Тема 7. Особенности управления брендом организации

Стоимость и структура бренда организации. Виды организаций, этапы жизненного цикла организации. Этапы жизненного цикла бренда организации. Аудитории-реципиенты корпоративного брендинга. Ценности корпоративных брендов. Обеспечение лояльности целевых аудиторий. Измерение лояльности. Понятий ближней торговой зоны. Определение каналов продвижения бренда организации.

Раздел 7. Ивент-менеджмент

Тема 1. Введение в ивент-менеджмент

Подходы к определению события. Системный подход к событийному менеджменту. Основные категории, элементы и принципы организации мероприятий. Событийный менеджмент и ивент-туризм. Концепция события: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.

Тема 2. Субъекты ивент-индустрии

Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании – субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.

Тема 3. Планирование и организация событий

Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Целевая аудитория события и ожидаемые эффекты. Ивент-менеджмент как проект. Структурный план проекта. Планирование события - планирование времени, сетевой план, диаграмма Ганта. Планирование ресурсов: оценка затрат, планирование затрат, планирование персонала. Контроллинг проекта, отчетность. Организационное проектирование мероприятия. Информационные технологии в событийном менеджменте.

Тема 4. Организационно-техническое обеспечение событий

Основные технические средства и технологии. Организация общественного питания. Кейтеринг. Охрана и безопасность на мероприятиях. Подрядчики и внешние ресурсы. Инфраструктура мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры, логистика. Планирование и управление персоналом при организации и проведении события. Классификация распределение работ по проектам и функциям. Наемный персонал. Привлечение ключевых участников события. Партнеры и спонсоры событийного проекта. Благотворительность в событиях.

Тема 5. Маркетинг событийных проектов

Маркетинг-микс, (product=people, price, place, promotion, prediction). Изучение рынка событий. Расходы на организацию программы события. Коммуникации. Стратегия продвижения события. Реклама и PR-мероприятия. Интернет-маркетинг и маркетинг в социальных сетях.

Тема 6. Бюджет события

Финансирование события и распределение бюджета. Факторы, влияющие на бюджет события. Составление сметы расходов. Факторы ценообразования и гонораров
 Формирование цен на событие. Планирование доходов. Пути снижения расходов.

Тема 7. Управление рисками и оценка эффективности мероприятия

Риск-менеджмент. Предсказуемые, непредсказуемые, объективные и субъективные риски, форс-мажор. Методы оценки и показатели эффективности мероприятия. Реализация целей события.

Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

В ходе реализации модуля используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Блок теоретического обучения	
Раздел 1. Социальное предпринимательство	
Теоретические основы и практический опыт развития социального предпринимательства	О - 1.1. ПЗ – 1.1.
Организационно-правовые основы социального предпринимательства в России	О - 1.2. ПЗ – 1.2
Типы бизнес-моделей в социальном предпринимательстве	О – 2.1. ПЗ – 2.1
Практическое использование инструментов маркетинга в социальном предпринимательстве	О - 2.2. ПЗ – 2.2
Структура и содержание бизнес-плана в социальном предпринимательстве	О – 3.1. ПЗ – 3.1
Оценка эффективности и рисков бизнес-плана в социальном предпринимательстве	О – 3.2 ПЗ – 3.2
Раздел 2. Инновационный менеджмент	
Тенденции развития экономики. Основные понятия инновационного менеджмента. Инфраструктура инновационной деятельности.	Опрос
Состояние и основные направления инновационной политики РФ и субъектов РФ	Опрос

Источники финансирования и стимулирование инновационной деятельности	Групповое практическое задание 1 (разработка инновационного проекта)
Инновационное развитие малого и среднего бизнеса.	Групповое практическое задание 1 (разработка инновационного проекта)
Использование результатов SWOT-анализа для выбора направлений инновационной деятельности	Групповое практическое задание 1 (разработка инновационного проекта)
Управление организационными изменениями	Групповое практическое задание 2 (деловая игра)
Раздел 3. Управление изменениями	
Закономерности развития организаций	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Сущность, цели и принципы управления изменениями	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Технологии, модели и методы управления изменениями в организации	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Причины сопротивления изменениям и способы их преодоления	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Принятие решений в организациях в условиях изменений	Устный ответ на вопросы

	Письменная работа – решение практических заданий
Роль организационной культуры в управлении изменениями	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Реструктуризация организации	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Альтернативные подходы к изменениям в области менеджмента.	Устный ответ на вопросы Письменная работа – решение практических заданий
Раздел 4. Форсайт-технологии в менеджменте	
Введение в форсайт	Самостоятельная работа, практическое задание
Этапы форсайта	Самостоятельная работа, практическое задание
Организация форсайта	Самостоятельная работа, практическое задание
Модерация в форсайт-сессии	Самостоятельная работа, работа в командах
Технология форсайта	Самостоятельная работа, работа в командах
Раздел 5. Управленческий консалтинг	
Понятие «управленческого консалтинга» в контексте современного менеджмента. История управленческого консалтинга	Самостоятельная работа, презентация, тест
Методология управленческого консалтинга. Роли консультанта	Самостоятельная работа, практическое задание, тест, работа в командах

Основные консалтинговые технологии	Самостоятельная работа, практическое задание, работа в командах, тест,
Основные стадии управленческого консалтинга	Самостоятельная работа, работа в командах тест,
Ведение переговоров с заказчиком по подготовке и выполнению консалтинговых проектов	Самостоятельная работа, практическое задание, работа в командах
Раздел 6. Брендинг	
Бренд как инструмент маркетинга	Устный опрос
Преимущества и недостатки бренда	Устный опрос
Элементы бренда	Реферат
Алгоритм создания бренда	Контрольная работа
Приемы продвижения брендов	Устный опрос
Особенности управления товарным брендом	Устный опрос
Особенности управления брендом организации	Реферат
Раздел 7. Ивент-менеджмент	
Введение в ивент-менеджмент	Устные или письменные ответы на вопросы Представление докладов
Субъекты ивент-индустрии	Устные или письменные ответы на вопросы Представление докладов
Планирование и организация событий	Выполнение практического задания
Организационно-техническое обеспечение событий	Выполнение практического задания
Маркетинг событийных проектов	Выполнение практического задания
Бюджет события	Выполнение практического задания
Управление рисками и оценка эффективности мероприятия	Выполнение практического задания

Основная литература:

1. Анализ и оценка эффективности управления в организации: хрестоматия для дистанц. обучения и самостоят. работы студентов / Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы; сост. В. С. Соловьев. - Новосибирск, 2008. - 79 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. - Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 27.06.2021). - Загл. с экрана.
2. Андриянова, М. В. Менеджмент-консалтинг [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс / М. В. Андриянова, Н. О. Токмакова. - Электрон. дан. - Москва : Евразийский открытый институт, 2009. - 271 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90378>, требуется авторизация (дата обращения : 27.06.2021). - Загл. с экрана.
3. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/457256> (дата обращения: 18.03.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация
4. Архипова, О. В. Event-менеджмент на предприятиях гостеприимства и организация кейтеринга : учебник / О. В. Архипова, С. Л. Зюкина. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 359 с. – ISBN 9785731048989. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44109221> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
5. Балашов, А. И. Форсайт как технология стратегического планирования / А. И. Балашов, А. А. Козырев // Управленческое консультирование. – 2015. – № 7 (79). – С. 45-56. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23821395> (дата обращения: 27.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
6. Барышева, А. В. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Барышева, К. В. Балдин, М. М. Ищенко, И. И. Передеряев. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 384 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/61043>, требуется авторизация (дата обращения : 21.06.2021). - Загл. с экрана.
7. Блинов, А. О. Управление изменениями : учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 304 с. – (Учебные издания для бакалавров). — ISBN 978-5-394-03539-5. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573215 (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.
8. Богомолова, А. В. Управление инновациями [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Богомолова. – Электрон. дан. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. - 144 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208962>, требуется авторизация (дата обращения : 21.06.2021). - Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/14028>, требуется авторизация (дата обращения : 21.06.2021). — Загл. с экрана.
9. Борнштейн, Дэвид Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 504 с. — ISBN 978-5-9614-1741-8. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82761.html> (дата обращения: 18.03.2021). — Режим доступа: электрон. — библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.
10. Бортникова, Е. А. Маркетинговый анализ применения EVENT-менеджмента для развития гостиничного бизнеса на примере CRYSTAL HOUSE 5* в Калининграде / Е. А.

Бортникова // Проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства Калининградской области глазами молодых ученых : материалы научно-практической конференции молодых ученых, проведенной по результатам научно-практических семинаров студентов и магистров / Институт рекреации, туризма и физической культуры ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта». – Калининград : Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2019. – С. 30-34. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37256319> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

11. Васильев, Г. А. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 255 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114560>, требуется авторизация (дата обращения : 27.06.2021). - Загл. с экрана.

12. Войтик, И. М. Управленческое консультирование : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / И. М. Войтик, Т. В. Черняк ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 260 с.

13. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 183 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/24775>, требуется авторизация (дата обращения : 21.07.2021). - Загл. с экрана.

14. Головлева, Е. Л. Основы брендинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. — Электрон. дан. — Москва : Моск. гуманитар. ун-т, 2011. — 164 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/8613>, требуется авторизация (дата обращения : 21.07.2021). - Загл. с экрана.

15. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. - Москва : Инфра-М, 2014. - 310 с.

16. Гришко, Н. И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Н. И. Гришко. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 276 с. — ISBN 978-985-7234-37-0. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100363.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация. — То же электрон. версия на сайте URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599734> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

17. Добренъков, В. И. Современные механизмы управления социальными изменениями : учебное пособие для вузов / В. И. Добренъков, А. П. Жабин, Ю. А. Афонин. — Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2019. — 288 с. — ISBN 978-5-8291-2454-0. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87679.html> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

18. Зуб, А. Т. Управление изменениями : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 284 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00490-8. — URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-izmeneniyami-450248> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

19. Инновационное предпринимательство: учеб. для студентов вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Москва : Юрайт, 2013. - 523 с.

20. Кикал, Джилл Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше / Джилл Кикал, Томас Лайонс ; перевод П. Миронов. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 304 с. — ISBN 978-5-9614-4458-2. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82515.html> (дата обращения: 18.03.2021). — Режим доступа: электрон. — библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

21. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме : учебник / В. П. Киседобрев, О. Н. Кострюкова, А. В. Киседобрев ; под ред. проф. Е. И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 152 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-006294-5. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1065307> (дата обращения: 09.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Znanium.com», требуется авторизация.
22. Кожевина, О. В. Управление изменениями: Учебник / Кожевина О.В., - 2-е изд., испр. и доп. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 304 с. (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009813-5. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=354779> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Znanium.com», требуется авторизация.
23. Конев, А. Н. Управление организационными изменениями: поведенческий и информационный аспекты : монография / А. Н. Конев. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 137 с. — ISBN 978-5-4487-0154-2. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72886.html> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.
24. Коротков, Э. М. Управление изменениями : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков, М. Б. Жернакова, Т. Ю. Кротенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02315-2. — URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-izmeneniyami-450213> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.
25. Кузнецов, Б. Т. Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Т. Кузнецов. - Электрон. дан. — Москва : Юнити-Дана, 2012. - 296 с. — Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118257>, требуется авторизация (дата обращения : 21.06.2021). - Загл. с экрана. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/34532>, требуется авторизация (дата обращения : 21.06.2021). — Загл. с экрана
26. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под ред. М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/475046> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.
27. Новиков, В. С. Менеджмент в туризме : учебное пособие / В. С. Новиков. — Москва : Книгодел, МАТГР, 2006. — 166 с. — ISBN 5-9659-0016-3. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/3780.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.
28. Основы форсайта : учебник для бакалавров / Л. А. Гайнутдинова, А. Л. Горбачев, В. Л. Калиничев [и др.]; под ред. В. П. Третьяка. - 2-е изд., перераб. - Москва : Магистр : Инфра-М, 2018. - 265, [1] с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0448-2. - ISBN 978-5-16-003401-0.
29. Резник, С. Д. Управление изменениями : учебник / С. Д. Резник, М. В. Черниковская, И. С. Чемезов ; под общ. ред. С. Д. Резника. — 4-е изд., стереотип. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 379 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-015901-0. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=350160> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Znanium.com», требуется авторизация.
30. Рожковский, А. Л. Концепция управления стоимостью компании. Теория, методология и практика в свете современных тенденций организационного дизайна : монография / А. Л. Рожковский. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 277 с. - ISBN 978-5-16-

- 014241-8. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=329866> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Znanium.com», требуется авторизация.
31. Саратовцев, Ю. И. Управление изменениями : учебник и практикум для вузов / Ю. И. Саратовцев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03111-9. — URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-izmeneniyami-450995> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
32. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / ред. А.А. Московская. — Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. — 286 с. — ISBN 978-5-7598-0883-1. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=74311> (дата обращения: 18.03.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация.
33. Спивак, В. А. Управление изменениями : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03358-8. — URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-izmeneniyami-450462> (дата обращения: 13.07.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
34. Терешина Н. П. Форсайт технологии: учеб. пособие / Н. П. Терешина, В. П. Третьяк, П. В. Метелкин. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019. — 179 с. — URL: <http://library.miit.ru/methodics/211119/%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf> (дата обращения: 27.06.2021).
35. Токмакова, Н. О. Основы управленческого консультирования [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / Н. О. Токмакова. - Электрон. дан. — Москва : Евразийский открытый институт, 2006. - 240 с. - Доступ из Университетской библиотеки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90959>, требуется авторизация (дата обращения : 27.06.2021). - Загл. с экрана.
36. Чернатони, Л. де. Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учеб. для студентов вузов /Л. де Чернатони, М. Мак Дональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 543 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/10493>, требуется авторизация (дата обращения : 21.07.2021). - Загл. с экрана.