

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

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

УПРАВЛЕНИЕ ДЕСТИНАЦИЯМИ (DMC/DMO)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

Международный и национальный туризм (китайский язык)

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Управление дестинациями (DMC/DMO)
Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 8 от 15.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии	10
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1 Система оценивания	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	11
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	15
6.1 Список источников и литературы	15
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	18
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	18
9. Методические материалы.....	19
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	19
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	22
9.3 Иные материалы.....	24
Приложение 1. Аннотация дисциплины	25

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся компетенций в области управления формированием, развитием и продвижением туристских дестинаций.

Задачи дисциплины:

- познакомиться с особенностями создания туристских дестинаций;
- изучить технологии управления туристскими дестинациями;
- познакомиться с практиками управления конкурентоспособностью туристских дестинаций.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-2 – Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ОПК-2.2 - Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы.	<p>Знать: подходы к проектированию развития туризма на перспективных территориях на основе оценки туристского потенциала с учетом существующей и будущей инфраструктуры и интересов всех стейкхолдеров.</p> <p>Уметь: выявлять факторы, которые в контексте конкретной туристской территории оказывают влияние на выбор альтернатив в стратегии туристского освоения территории с учетом интересов бизнес-сообщества.</p> <p>Владеть навыками применения системы сбалансированных показателей и подходы к их применению для организаций индустрии туризма и гостеприимства в контексте выстраивания стратегии компаний в перспективных дестинациях</p>
ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 - Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	<p>Знать: особенности построения и структуру экономической стратегии предприятий, включая элементы, способствующие достижению устойчивого развития. Знать методики оценки эффективности управленческих решений в широком социальном и экологическом контекстах и с учетом интересов всех стейкхолдеров в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>Уметь: составлять аналитические отчеты для предстоящих и</p>

		реализованных управленческих решений и программ в индустрии туризма и гостеприимства. Владеть: навыками предложения при разработке стратегий предприятия для достижения целей устойчивого развития, разрабатывать прогнозы и предложения по отраслевому, региональному, межфирменному и внутрифирменному проектированию в туризме на основе всестороннего учета показателей, выбирать подходящие инструменты обеспечения устойчивости развития при планировании проектов.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Управление дестинациями (DMC/DMO)» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Устойчивое развитие туризма (на английском языке), Экономика впечатлений, География туризма России, География туризма зарубежных стран, Технологии продаж в индустрии туризма.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Новые виды и формы организации туристского предложения, Туристско-рекреационное проектирование, Технологии индустрии HoReCa, Геобрендинг территорий (на английском языке).

2. Структура дисциплины

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

Структура дисциплины для очной формы обучения

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

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

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

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Международный и российский опыт развития туристских	Бизнес-модели сферы туризма, ориентированной на конкурентоспособность территории, их

<p>дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций</p>	<p>взаимосвязи с бизнес-задачами и стратегиями туристской компании. Роль государственного и муниципального управления сферой туризма, менеджмента и предпринимательства в развитии городов и территорий. Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий. Туристский потенциал территории во взаимоувязке с бизнес-задачами и стратегиями туристских предприятий. Концепция поляризации мирового туристского пространства. Пространственные процессы современного рынка туристских услуг. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Стратегия развития туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Принципы построения системы управления туристской дестинацией. Формирование туристской привлекательности как необходимое условие продвижения территории. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Структура туристской дестинации. Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий. Основные принципы менеджмента дестинаций на основе стейкхолдерных подходов: территориальной представительности, межотраслевого сотрудничества, акцентирования достопримечательностей, позиционирования видов туризма, кооперации предприятий, географической концентрации управленческих усилий. Участие местных жителей в стратегическом менеджменте туристских дестинаций. Долгосрочные и краткосрочные выгоды и проблемы стейкхолдеров туристских дестинаций. необходимость координирующего органа для согласования интересов участников дестинации и координации компонент различных отраслей. Концепция «просвещенного массового туризма» Д. Вивера. Методы «просвещения» стейкхолдеров. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте</p>
--	--

		<p>формирования дестинаций. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на федеральном, региональном и муниципальном уровне.</p>
2	<p>Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион. Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры. Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера. Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров. Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Туристская дестинация как арена рекреационной деятельности. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Понятие региональный туристский кластер и его характеристика. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на региональном уровне. Концепция территориального развития РФ, кластерные политики. Кластерный подход в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» и Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025)». Механизм действия карт-системы дестинаций. Основные участники карт-системы (туристская индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта). Факторы развития туризма как рынка сбыта услуг дестинаций. Факторы, генерирующие общественные потребности в туризме (развитие общественного производства, интенсификация трудовой деятельности населения, урбанизация, ухудшение экологической обстановки). Факторы реализующие потребности в туризме (увеличение доходов населения, рост фонда свободного времени, развитие общественных фондов потребления, развитие транспорта и сферы услуг). Классические бизнес-модели туристских дестинаций, краткий сравнительный анализ. Стратегия организации и развития бизнеса туристических дестинаций. Специфика</p>

		организации туристических дестинаций в разных странах. Бизнес-планирование. Принципы построения системы управления туристической дестинацией.
3	Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства	Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании. Методические подходы к созданию концептуального туристского объекта территории. Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристической дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Краутч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким. Участники организации процесса реализации проектов формирующихся туристских кластеров (орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации; региональная специализированная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, профильная коммерческая управляющая компания) и их функции. Разработка политик говернанс и комплаенс для дестинаций по Н. Бумонту и Д. Дреджу. Продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы). Создание проектных команд по поддержке и реализации конкретных инвестиционных проектов «под ключ». Потенциальные инвесторы и их возможности по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона. Механизм государственно-частного партнерства как необходимое условие финансирования на этапе создания туристского кластера
4	Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций	Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации. Типология туристских

		<p>дестинаций. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горно-спортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией. Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма. Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма. Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий. Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма. Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций. Формирование бренда дестинации со сложным культурно-историческим и рекреационно-ресурсным потенциалом. Развитие туризма в малых городах, моногородах и сельских территориях. Мега-событие как катализатор эффективного ускорения развития и продвижения туристской дестинации на международном уровне. Особенности организации и реализации основных видов устойчивого туризма в дестинации. Процессы появления новых видов туризма как фактор развития и специализации дестинации. Дайверсити туризм по Дж. Чавес. Редевелопмент городских промышленных территорий как частный случай создания и/или дополнения искусственной аттрактивности. Креативные кластеры</p>
5	<p>Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма</p>	<p>Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций. Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации. Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации. Прогнозы как</p>

	<p>инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации. Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации. Прогнозирование спроса на туристские дестинации. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации. Сравнительная характеристика методов прогнозирования: ограничения, преимущества и недостатки. Особенности методологии и подходов Форсайта в индустрии туризма и гостеприимства. Общие подходы к разработке и реализации целевых программ. Международный и российский опыт в разработке национальных (федеральных) и региональных целевых программ развития индустрии туризма и гостеприимства в контексте кластерного подхода. Методика разработки проектов стратегий и концепций развития дестинаций. Перспективы совершенствования формирования нормативно-правового регулирования развития сферы туризма курортных территорий на федеральном и региональном уровнях. Методы выделения кластеров, анализ возможностей к кластеризации. Подход, основанный на поиске количественных показателей и параметров статистического и экономического анализа. Традиционные методы анализа экономического развития и региональных исследований. Производственные межотраслевые балансы. Технологические межотраслевые балансы. Сетевой анализ. Программа UNWTO.QUEST</p>
--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов

- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация –зачёт		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
0 – 19		F	

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	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. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Вопросы для зачёта

Понятие туристской дестинации. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Элементы туристской дестинации.

Свойства и виды туристской дестинации. Жизненный цикл туристской дестинации.

Понятие туристского потенциала дестинаций. Элементы туристского потенциала дестинаций. Туристский потенциал территории во взаимоотношениях с бизнес-задачами и стратегиями туристских предприятий.

Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий.

Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации.

Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом.

Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий. Основные принципы менеджмента дестинаций на основе стейкхолдерных подходов. Участие местных жителей в стратегическом менеджменте туристских дестинаций.

Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте формирования дестинаций.

Долгосрочные и краткосрочные выгоды и проблемы стейкхолдеров туристских дестинаций. необходимость координирующего органа для согласования интересов участников дестинации и координации компонент различных отраслей.

Концепция «просвещенного массового туризма» Д. Вивера. Методы «просвещения» стейкхолдеров.

Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на федеральном, региональном и муниципальном уровне.

Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион.

Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры.

Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера.

Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров.

Механизм действия карт-системы дестинаций. Основные участники карт-системы (туристская индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта).

Классические бизнес-модели туристических дестинаций, краткий сравнительный анализ. Стратегия организации и развития бизнеса туристических дестинаций. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах.

Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании.

Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства.

Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (А. Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристской дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Краутч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким.

Разработка политик гвернанс и комплаенс для дестинаций по Н. Бумонту и Д. Дреджу.

Продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы).

Потенциальные инвесторы и их возможности по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона. Механизм государственно-частного партнерства как необходимое условие финансирования на этапе создания туристского кластера. 25. Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций.

Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации. Типология туристских дестинаций.

Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией.

Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма.

Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма.

Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий.

Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма.

Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий.

Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций.

Мега-событие как катализатор эффективного ускорения развития и продвижения туристской дестинации на международном уровне.

Особенности организации и реализации основных видов устойчивого туризма в дестинации.

Процессы появления новых видов туризма как фактор развития и специализации дестинации.

Примерная тематика контрольных заданий

Редевелопмент городских промышленных территорий как частный случай создания и/или дополнения искусственной аттрактивности. Креативные кластеры.

Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.

Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации.

Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность.

Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации.

Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации.

Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации.

Прогнозирование спроса на туристские дестинации. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации.

Сравнительная характеристика методов прогнозирования: ограничения, преимущества и недостатки.

Особенности методологии и подходов форсайта в индустрии туризма и гостеприимства.

Общие подходы к разработке и реализации целевых программ. Международный и российский опыт в разработке национальных (федеральных) и региональных целевых программ развития индустрии туризма и гостеприимства в контексте кластерного подхода.

Методика разработки проектов стратегий и концепций развития дестинаций. Перспективы совершенствования формирования нормативно-правового регулирования развития сферы туризма курортных территорий на федеральном и региональном уровнях.

Методы выделения кластеров анализ возможностей к кластеризации. Подход, основанный на поиске количественных показателей и параметров статистического и экономического анализа.

Приметы тестовых вопросов:

1. Кто являлся родоначальником маркетингового подхода к определению понятия дестинация?

- а) Лейпер
- б) Пирс и Батлер
- в) Котлер
- г) Варго и Лаш

2. Туристская индустрия влияет на развитие тех регионов, которые удалены от крупных промышленных центров и имеют незначительные хозяйственные ресурсы, в большей степени следующим образом:

- а) сдерживает их экономическое, политическое и социальное развитие
- б) способствует их превращению в индустриальные центры
- в) способствует развитию отраслей, ориентированных на производство туристских услуг
- г) способствует развитию образования

3. Что не относится к экономическим функциям туризма с точки зрения аспектов долгосрочного устойчивого развития:

- а) создание новых рабочих мест
- б) снижение инфляции
- в) развитие местной инфраструктуры
- г) увеличение валютных поступлений

4. Доклад по глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Report Travel and Tourism Competitiveness Report.) ежегодно публикуется:

- а) Всемирным экономическим форумом;
- б) Международным валютным фондом;
- в) Всемирным банком;
- г) ЮНВТО.

5. К какому типу организаций, способствующих развитию туризма, следует отнести Visit Britain?

- а) DMO (Destination Marketing Organization)
- б) Конвеншн-бюро
- в) Туристско-информационный офис
- г) Оператор въездного туризма

6. Основным фактором неодинаковой степени развития индустрии туризма в разных регионах государства следует считать:

- а) неодинаковую плотность демографического освоения территории
- б) неодинаковой индустриальный потенциал регионов
- в) неодинаковую ресурсную базу и туристскую разрекламированность регионов
- г) неодинаковое состояние сохранения в регионах территорий, пригодных для рекреационно-туристского освоения

Примеры ситуационных заданий

Управление туристской дестинацией на примере городов, входящих в маршрут «Золотое кольцо» (Ярославская и Владимирская области);

Управление туристской дестинацией на примере работы тематического парка «Этномир» (Калужская область);

Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера «Ясная поляна» (Тульская область);

Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера г.Боровск (Калужская область);

Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера г.Касимов (Рязанская область);

Пеший и велосипедный маршрут от Москвы до Сергиева Посада «Дорога в Лавру», известный также как «Дорога русских царей»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. 03.05.2012г. № 47 – ФЗ)

2. Федеральный закон от 05 февраля 2007 года № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ

3. Федеральный закон от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями от 8 марта 2015 года N 50-ФЗ (Официальный интернет-портал правовой информации www.pravo.gov.ru, 09.03.2015, N 0001201503090031).

4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ). 5. Федеральный закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.98 №70-ФЗ

Дополнительные

1. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://biblioonline.ru/book/B043DFBD-A143-49A1-ACCEA03C7A8B6D14/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente>

2. Маркетинг туризма [Электронный ресурс]: Учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. "Туризм", "Гостиничное дело" / И.В. Гончарова [и др.]. — Электронные текстовые данные (1 файл: 1 Мб). — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014 — 224 с. — Режим доступа: http://elib.fa.ru/ebook/marketing_tourism.pdf/info

Литература

Основная

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>

2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>

3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Дополнительная

1. Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / С.С. Скобкин. - Москва: Магистр, 2012. - 432 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2017. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/858241>
2. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869>
3. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник / Л.Е. Басовский - Москва: Инфра-М, 2013. - 256 с. - Магистратура. - То же [Электронный ресурс]. - 2014. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/424025>
4. Halkier H., Kozak M. & Svensson B. (2014) Innovation and Tourism Destination Development // European Planning Studies, 22:8, 1547- 1550, DOI: 10.1080/09654313.2013.784571
5. Su L., Huang S., Huang J. (2016) Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life // Journal of Hospitality Research. Vol. 42. Issue 7. Pp. 1039-1057.
6. Mottiar Z., K. Boluk, Kline C. (2018) The roles of social entrepreneurs in rural destination development // Annals of Tourism Research. Vol. 68. Pp. 77-88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.001>
7. Pechlaner H., Kozak M., Volgger M. (2014) Destination leadership: a new paradigm for tourist destinations?" // Tourism Review. Vol. 69. Issue 1. Pp.1- 9, <https://doi.org/10.1108/TR-09-2013-0053>
8. Mason P. (2016) Tourism Impacts, Planning and Management. Third Edition. Routledge. – 249 p.
9. Innerhofer E., Fontanari M., Pechlaner H. (2018) Destination Resilience: Challenges and Opportunities for Destination Management and Governance. Routledge. — 208 p.
10. Goeldner, C.; Ritchie, J.R. (2012). Tourism: Principles, Practices, Philosophies (Twelfth Edition). Wiley.
11. Hall, C. M. (2008) Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships, 2nd ed. (Harlow: Pearson Prentice Hall). [Google Scholar]
12. Weaver, D.; Lawton, L. (2014). Tourism Management (Fifth Edition). Wiley.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLOqW8y4tOFMVwLI7T8K6lZW25VQOGxM0M>

<https://www.unwto.org/UNWTO-quest>

https://rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/docs/kratkiy-slovar-dmo-dmc-vnic.pdf

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

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

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, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1 Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций

Вопросы для обсуждения:

1. Бизнес-модели сферы туризма, ориентированной на конкурентоспособность территории, их взаимосвязи с бизнес-задачами и стратегиями туристской компании.
2. Роль государственного и муниципального управления сферой туризма, менеджмента и предпринимательства в развитии городов и территорий. Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями.
3. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий. Туристский потенциал территории во взаимосвязке с бизнес задачами и стратегиями туристских предприятий.
4. Концепция поляризации мирового туристского пространства. Пространственные процессы современного рынка туристских услуг.
5. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Стратегия развития туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Принципы построения системы управления туристской дестинацией.
6. Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий.
7. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте формирования дестинаций.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>
2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>
3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Тема 2 Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для обсуждения:

Ошибка игрока.

1. Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион.
2. Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры. Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера.
3. Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров.
4. Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Туристская дестинация как арена рекреационной деятельности.
5. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Понятие региональный туристский кластер и его характеристика.
6. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на региональном уровне. Концепция территориального развития РФ, кластерные политики

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>
2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>
3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Тема 3 Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства

Вопросы для обсуждения:

1. Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании.
2. Методические подходы к созданию концептуального туристского объекта территории. Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации.
3. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства.
4. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристической дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Крауч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>

2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>

3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Тема 4 Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций

Вопросы для обсуждения:

1. Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации.

2. Типология туристских дестинаций. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горноспортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов.

3. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией.

4. Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма.

5. Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма.

6. Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий.

7. Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>

2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>

3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Тема 5 Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма

Вопросы для обсуждения:

1. Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.

2. Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации.

3. Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность.
4. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации.
5. Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации.
6. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации.
7. Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации.
8. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации.
9. Общие подходы к разработке и реализации целевых программ.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>
2. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>
3. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblioonline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>

Материально-техническое обеспечение занятия:

- Компьютер с выходом в интернет.
- Устройство вывода изображения.
- Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

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

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

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

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

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

Общие требования к стилистическому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;
- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.
 - каждый слайд должен иметь заголовок;
 - все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
 - на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
 - слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
 - использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).
 - списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

Не предусмотрено

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - формирование базы теоретико-практических знаний для принятия научно-обоснованных решений, обеспечивающих развитие туристской индустрии. В процессе изучения дисциплины у будущих специалистов формируется представление об основных составляющих процесса экономики впечатлений; приобретает комплекс знаний о туристском образе, что составляет основу экономики впечатлений.

Задачи дисциплины:

- привить навыки работы с категориями и терминами, используемыми в рамках экономики впечатлений;
- изучить основные инструменты создания эффектов впечатлений и ощущений у туристов;
- сформировать практические навыки исследования экономических процессов с учетом экономики впечатлений.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-2.2 - Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы.

ОПК-3.1 - Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основы поведенческой экономики в сфере туризма; основы планирования туристской деятельности

Уметь: применять конкретные инструменты поведенческой экономики при взаимодействии различными категориями туристов и компаниями; осуществлять профессиональные операционные процессы с различными категориями туристов

Владеть: навыками выстраивания эффективной коммуникации с потребителями; навыками работы с поведенческими аспектами различных категорий потребителей.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта .

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.