

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

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

СПА И ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 Туризм

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Международный и национальный туризм (турецкий язык)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

СПА и велнес-туризм (на английском языке)
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..... | 6 |
| 4. Образовательные технологии..... | 12 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения..... | 12 |
| 5.1 Система оценивания..... | 12 |
| 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине..... | 13 |
| 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 14 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины..... | 22 |
| 6.1 Список источников и литературы..... | 22 |
| 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»..... | 23 |
| 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы..... | 23 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины..... | 23 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов..... | 23 |
| 9. Методические материалы..... | 25 |
| 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий..... | 25 |
| 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ..... | 26 |
| 9.3 Иные материалы..... | 27 |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины..... | 29 |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов систематизированных знаний об основных принципах развития курортного дела в России и за рубежом, тенденциях особенностях развития велнес и SPA-туризма, выработка навыков по проведению самостоятельных исследований в сфере велнес и SPA-туризма, которые могут иметь как теоретическое, так и практическое значение.

Задачи дисциплины:

- познакомить с основами организации спа и велнес туров в России и мире;
- раскрыть особенности организации туров и программ оздоровления и восстановления;
- познакомить с техниками продвижения спа и велнес туров.

Дисциплина реализуется на иностранном языке.

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

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|---|---|--|
| ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии | ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора | <p>Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли и рисков ведения туристского и гостиничного бизнеса; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере медицинского и SPA-туризма в контексте решения задач бизнеса с учетом туристских формальностей; критерии и условия выбора альтернатив в сфере медицинского и SPA-туризма; подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства</p> <p>Уметь: верно интерпретировать целесообразность и обязательности использования документационной формализации взаимоотношений между контрагентами в сфере медицинского и SPA-туризма, включая ключевые бизнес-процессы в обслуживании потребителей и туристов; проверять правильность (с точки зрения правового и экономического анализа) составления документов по структуре и содержанию; верно соотносить документационную основу обслуживания потребителей</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | и туристов с бизнес-процессами организаций в сфере медицинского и SPA-туризма Владеть: навыками оценки ресурсов территорий и компаний в индустрии туризма и гостеприимства для эффективного формирования санаторно-курортных продуктов. |
| | ПК -3.3. Умеет предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт | Знать: особенности представления информации о Спа и веллнес услугах Уметь: обсуждать детали договорных отношений с туроператорами в отношении спа и веллнес услуг Владеть: навыками реализации спа и веллнес услуг в составе турпакета |
| ПК-5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение | ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг. | Знать: особенности разработки предложения со спа и веллнес Уметь: определять планы развития особенностей предоставления услуг в составе турпакетов Владеть: навыками представления оказываемых туристам услуг |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «СПА и веллнес-туризм (на английском языке)» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Организационно-управленческая практика, Туристско-рекреационное проектирование, Управление проектами в туристской индустрии, Управление дестинациями (DMC / DMO).

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинг в индустрии туризма, МІСЕ-туризм, Управление эффективностью и конкурентоспособностью туристского продукта, Обеспечение безопасности туризма.

2. Структура дисциплины

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

The total labor intensity of the course is 3 credits, 108 academic hours.

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 |
|---------|---------------------|------------------|
| 6 | Лекции | 18 |
| 6 | Семинары | 24 |
| 6 | Экзамен | 18 |
| Всего: | | 60 |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

The structure of the course for full-time education

The scope of discipline in the form of contact work of students with teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions, during training sessions:

| Semester | Type of training session | Number of hours |
|----------|--------------------------|-----------------|
| 6 | Lectures | 18 |
| 6 | Seminars | 24 |
| 6 | Exam | 18 |
| Total: | | 60 |

The volume of the discipline (module) in the form of independent work of students is 48 academic hours.

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|--|---|
| 1 | <p>Специфика деятельности в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма</p> <p>Specifics of activities within the framework of medical, therapeutic, health and SPA tourism</p> | <p>Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма. Типологии медицинского туризма. Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов. Понятие «велнес», тренды потребительских предпочтений с точки зрения внимания к здоровью и качеству жизни. Структура и особенности SPA-туризма. Классификация и характеристика объектов SPA. Классификация ISPA: комплексные, медицинские, минеральные воды, гостиничные, клубные, однодневные, круизные. SPA-дестинации. Маркетинговая макросреда в медицинском и SPA-туризме: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические). Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме. Составные части турпакета в медицинском и SPA-туризме.</p> <p>Basic terminology in the field of medical, therapeutic,</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>health and SPA tourism. Typologies of medical tourism. Resorts and health tourism. Classification of resort factors, mechanisms of their therapeutic and health-improving effects. Typology of resorts. The concept of “wellness”, trends in consumer preferences in terms of attention to health and quality of life. Structure and features of SPA tourism. Classification and characteristics of SPA objects. ISPA classification: complex, medical, mineral waters, hotel, club, one-day, cruise. SPA destinations.</p> <p>Marketing macro environment in medical and SPA tourism: main factors (demographic, economic, political, cultural, scientific and technical, natural and environmental).</p> <p>The concept of a tourism product in medical and SPA tourism. The main properties of a tourism product in medical and SPA tourism. Resource basis as a source of tourist product in medical and SPA tourism.</p> <p>Components of a tour package in medical and SPA tourism.</p> |
| 2 | <p>Правовые особенности медицинского туризма и SPA-туризма</p> <p>Legal features of medical tourism and SPA tourism</p> | <p>Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма. Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма. Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов.</p> <p>Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика.</p> <p>Страховые формальности. Правовые аспекты распределения ответственности в медицинском туризме. Аспекты покрытия и не покрытия страховкой тяжелых хронических заболеваний как драйвер международных туристских потоков в медицинском и SPA-туризме.</p> <p>Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности.</p> <p>Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг. Требования к размещению и питанию клиентов в санаторно-курортных комплексах. Кадровый состав санаторно-курортного предприятия.</p> <p>Features of the formation of Russian legislation in the field of medical and SPA tourism. System of state regulation in the field of medical and SPA tourism. Main aspects of legislation regulating the activities of resorts.</p> <p>Visa formalities. The trend of simplifying the process of obtaining a medical visa, international practice.</p> <p>Insurance formalities. Legal aspects of distribution of</p> |

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>responsibility in medical tourism. Aspects of insurance coverage and non-coverage of severe chronic diseases as a driver of international tourist flows in medical and SPA tourism.</p> <p>Types and types of recreational and rehabilitation institutions in the Russian Federation, legal features of their activities.</p> <p>Licensing, standardization and certification of health resort services. Requirements for accommodation and meals for clients in sanatorium-resort complexes.</p> <p>Personnel composition of a sanatorium-resort enterprise.</p> |
| 3 | <p>Участники рынка медицинского и SPA-туризма</p> <p>Participants in the medical and SPA tourism market</p> | <p>Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании. Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям. Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры. Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме. Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров.</p> <p>Маркетинговая микросреда (внутренняя и внешняя): фирмы, поставщики, смежники, маркетинговые посредники, клиентурные рынки, конкуренты, контактные аудитории в медицинском и SPA-туризме.</p> <p>Маркетинговый план в медицинском и SPA-туризме: анализ внешней среды, анализ потребителей, анализ конкурентов, параметры цен, загрузки, дохода, каналов продвижения, анализ целевой аудитории, сегментация рынка.</p> <p>Participants in the medical tourism market: medical personnel, clinics, tour operators, travel agents, insurance companies, assistance companies, legal and transport companies. The structure of the organized tourism market in medical and SPA tourism and the system for promoting the tourism product, from service providers to consumers.</p> <p>The role and tasks of a tour operator in the tourist market in medical and SPA tourism. Single-profile and multi-profile tour operators. Legal basis for calculations in tour operating in medical and SPA tourism. Basic contractual and financial schemes for the work of tour operators.</p> <p>Marketing microenvironment (internal and external): firms, suppliers, subcontractors, marketing</p> |

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>intermediaries, client markets, competitors, contact audiences in medical and SPA tourism.</p> <p>Marketing plan in medical and SPA tourism: analysis of the external environment, consumer analysis, competitor analysis, parameters of prices, occupancy, income, promotion channels, target audience analysis, market segmentation.</p> |
| 4 | <p>Обслуживание потребителей в медицинском и SPA-туризме</p> <p>Customer service in medical and SPA tourism</p> | <p>Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.</p> <p>Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме. Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.</p> <p>Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.</p> <p>Особенности экономической психологии, мотивации, поведенческих установок, предпочтений, производства и потребления туристских продуктов в индустрии туризма и гостеприимства людей старшего (третьего) возраста. Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков в медицинском и SPA-туризме для людей старшего (третьего) возраста в России и за рубежом.</p> <p>Важность соблюдения медицинских формальностей: обязательных и рекомендуемых. Основные заболевания, угрожающие туристам, по регионам и странам мира. Особенности профилактики и вакцинации, национальное и международное регулирование в сфере санитарно-эпидемиологической безопасности туристов. Примеры национальных политик и подходов: Европейский Союз, Австралия. Безопасность туристов. Международный опыт по разработке мер безопасности туризма.</p> <p>Program for servicing consumers of medical and health tourism, features of the development and implementation of technological processes in medical and SPA tourism.</p> <p>Organization of a customer relationship management system in medical and SPA tourism. Loyalty programs, developing new guest needs, marketing relationships with consumers, affiliate and bonus programs.</p> <p>Types of exhibition events in medical and SPA tourism, their goals and objectives in terms of product promotion.</p> <p>Features of economic psychology, motivation, behavioral attitudes, preferences, production and consumption of tourism products in the tourism and</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>hospitality industry of older (third) age people. Aspects of analysis of the current and future market capacity in medical and SPA tourism for people of older (third) age in Russia and abroad.</p> <p>The importance of complying with medical formalities: mandatory and recommended. The main diseases that threaten tourists, by region and country of the world. Features of prevention and vaccination, national and international regulation in the field of sanitary and epidemiological safety of tourists.</p> <p>Examples of national policies and approaches: European Union, Australia. Tourist safety. International experience in developing tourism safety measures.</p> |
| 5 | <p>Разновидности и тренды развития медицинского и SPA-туризма</p> <p>Types and trends in the development of medical and SPA tourism</p> | <p>Мировая география в медицинском и SPA-туризме. География медицинского и SPA-туризма в России. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения.</p> <p>Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов. Современные информационные технологии при организации деятельности комплекса лечебно-оздоровительного туризма. Активные виды оздоровления и курортная анимация в практике российских и зарубежных курортов.</p> <p>Особенности и современные тенденции туристского рынка в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного туризма. Факторы предпочтений, мотивации, предвосхищения и превышения ожидания клиентов при разработке туристских продуктов в медицинском и SPA-туризме. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.</p> <p>World geography in medical and SPA tourism. Geography of medical and SPA tourism in Russia. Infrastructure, recreational and resource components in medical and SPA tourism. Spa treatment methods. Functionality of each type of healing resources. Modern information technologies in organizing the activities of the medical and health tourism complex. Active types of recreation and resort animation in the practice of Russian and foreign resorts.</p> <p>Features and current trends of the tourist market within the framework of medical, medical, health tourism. Factors of preferences, motivation, anticipation and exceeding customer expectations when developing tourism products in medical and SPA tourism. Wellness technologies (fitness, yoga, meditative, cognitive spaces) as a new product offering.</p> |
| 6 | Международный и российский опыт развития медицинского и | Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями |

| | |
|--|--|
| <p>SPA-туризма</p> <p>International and Russian experience in the development of medical and SPA tourism</p> | <p>пациентов в зарубежные клиники.</p> <p>Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма. Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index).</p> <p>Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле. Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии. Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля: Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур.</p> <p>Ведущие международные курорты и их лучшие практики.</p> <p>Значение санаторно-курортного комплекса для экономики и социальной сферы в Российской Федерации. Этапы развития курортного дела: дореволюционный, советский, современный. Потенциал медицинского туризма в России. Перспективные ниши для въездного медицинского туризма. Традиции и особенности российской медицинской школы. Особенности отечественного физиотерапевтического лечения. Ассоциация медицинского туризма России.</p> <p>Аспекты рекреационного районирования в России. Ведущие федеральные курорты Российской Федерации.</p> <p>Анализ задач и инструментов наращивания объема экспорта медицинских услуг в Российской Федерации. Перспективы деятельности Федеральной некоммерческой организации «Российская Ассоциация Медицинского Туризма». Перспективные региональные «точки роста» в медицинском и SPA-туризме в Российской Федерации, аспекты специализации и кластеризации.</p> <p>Formation of a global market in medical tourism, experience of insurance companies referring patients to foreign clinics.</p> <p>Correlation of factors of competitiveness of medical tourism destinations. Medical Tourism Index.</p> <p>Analysis of the development model of medical tourism in South Korea and Israel. Analysis of the medical tourism market in China, India, and Southeast Asia. Other countries leading in receiving medical tourists, features of their profile: Mexico, Hungary, Türkiye, Thailand, Singapore.</p> <p>Leading international resorts and their best practices.</p> <p>The importance of the sanatorium-resort complex for the economy and social sphere in the Russian Federation. Stages of development of the resort business: pre-revolutionary, Soviet, modern. Potential</p> |
|--|--|

| | |
|--|--|
| | <p>of medical tourism in Russia. Promising niches for inbound medical tourism. Traditions and features of the Russian medical school. Features of domestic physiotherapeutic treatment. Association of Medical Tourism of Russia.</p> <p>Aspects of recreational zoning in Russia. Leading federal resorts of the Russian Federation.</p> <p>Analysis of tasks and tools for increasing the volume of exports of medical services in the Russian Federation. Prospects for the activities of the Federal Non-Profit Organization “Russian Association of Medical Tourism”.</p> <p>Promising regional “growth points” in medical and SPA tourism in the Russian Federation, aspects of specialization and clustering.</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.

4. Educational technologies

Various educational technologies are used to conduct training sessions in the discipline. To organize the educational process, e-learning and (or) distance learning technologies can be used.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5. Learning outcomes assessment

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 –экзамен | | 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 | A |

| | | | |
|---------|---------------------|------------|----|
| 83 – 94 | | зачтено | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

| Form of control | Max. number of points | |
|---|-----------------------|-------------------|
| | For one unit | Total |
| Current control: | | |
| - <i>poll</i> | 5 points | 30 points |
| - <i>participation in the discussion at the seminar</i> | 5 points | 10 points |
| - <i>control work (through)</i> | 20 points | 20 points |
| Intermediate certification - credit with an assessment | | 40 points |
| Total per semester | | 100 points |

The resulting cumulative result is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (ECTS) in accordance with the table:

| 100- point scale | Traditional scale | | ECTS scale |
|------------------|-------------------|----------|------------|
| 95 – 100 | Excellent | passed | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | Good | | C |
| 56 – 67 | Acceptable | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | Unpublishable | unpassed | FX |
| 0 – 19 | | | F |

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|-------------------------|---|
| 100-83/ A,B | отлично/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|---|---|
| 82-68/ С | хорошо/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 67-50/ D,E | удовлетво- рительно/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |
| 49-0/ F,FX | неудовлет- ворительно/ не зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p> |

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

5.3. Evaluation tools (materials) for current monitoring of academic performance, intermediate certification of students in the discipline.

Экзаменационные вопросы для экзамена

1. Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA- туризма. Типологии медицинского туризма.
2. Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов.
3. Структура и особенности SPA-туризма. Классификация и характеристика объектов SPA.
4. Маркетинговая макросреда: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические) и их влияние в медицинском и SPA-туризме.
5. Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме. Составные части турпакета в медицинском и SPA-туризме.

6. Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма. Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма.

7. Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов.

8. Правовые аспекты распределения ответственности в медицинском туризме.

9. Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика.

10. Аспекты покрытия и не покрытия страховкой тяжелых хронических заболеваний как драйвер международных туристских потоков в медицинском и SPA-туризме.

11. Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности.

12. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.

13. Требования к размещению и питанию клиентов в санаторно-курортных комплексах.

14. Кадровый состав санаторно-курортного предприятия.

15. Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании.

16. Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям.

17. Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

18. Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме. Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров.

19. Маркетинговая микросреда (внутренняя и внешняя): фирмы, поставщики, смежники, маркетинговые посредники, клиентурные рынки, конкуренты, контактные аудитории в медицинском и SPA-туризме.

20. Маркетинговый план в медицинском и SPA-туризме: анализ внешней среды, анализ потребителей, анализ конкурентов, параметры цен, загрузки, дохода, каналов продвижения, анализ целевой аудитории, сегментация рынка.

21. Особенности и современные тенденции туристского рынка в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного туризма. Факторы предпочтений, мотивации, предвосхищения и превышения ожидания клиентов при разработке туристских продуктов в медицинском и SPA-туризме.

22. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

23. Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.

24. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме. Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

25. Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.

26. Особенности экономической психологии, мотивации, поведенческих установок, предпочтений, производства и потребления туристских продуктов в индустрии туризма и гостеприимства людей старшего (третьего) возраста. Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков в медицинском и SPA-туризме для людей старшего (третьего) возраста в России и за рубежом.

27. Важность соблюдения медицинских формальностей: обязательных и рекомендуемых. Основные заболевания, угрожающие туристам, по регионам и странам мира.

28. Особенности профилактики и вакцинации, национальное и международное регулирование в сфере санитарно-эпидемиологической безопасности туристов. Примеры национальных политик и подходов: Европейский Союз, Австралия. Безопасность туристов. Международный опыт по разработке мер безопасности туризма.

29. Мировая география в медицинском и SPA-туризме. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

30. География медицинского и SPA-туризма в России. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

31. Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями пациентов в зарубежные клиники.

32. Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма. Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index).

33. Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле.

34. Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии.

35. Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля: Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур.

36. Значение санаторно-курортного комплекса для экономики и социальной сферы в Российской Федерации. Этапы развития курортного дела: дореволюционный, советский, современный.

37. Потенциал медицинского туризма в России. Перспективные ниши для въездного медицинского туризма. Традиции и особенности российской медицинской школы. Особенности отечественного физиотерапевтического лечения. Ассоциация медицинского туризма России.

38. Аспекты рекреационного районирования в России. Ведущие федеральные курорты Российской Федерации.

39. Анализ задач и инструментов наращивания объема экспорта медицинских услуг в Российской Федерации. Перспективы деятельности Федеральной некоммерческой организации «Российская Ассоциация Медицинского Туризма».

40. Перспективные региональные «точки роста» в медицинском и SPA-туризме в Российской Федерации, аспекты специализации и кластеризации.

Sample list of questions for the exam

1. Basic terminology in the field of medical, therapeutic, health and SPA tourism. Typologies of medical tourism.
2. Resorts and health tourism. Classification of resort factors, mechanisms of their therapeutic and health-improving effects. Typology of resorts.
3. Structure and features of SPA tourism. Classification and characteristics of SPA objects.
4. Marketing macro environment: main factors (demographic, economic, political, cultural, scientific and technical, natural and environmental) and their influence in medical and SPA tourism.
5. The concept of a tourism product in medical and SPA tourism. The main properties of a tourism product in medical and SPA tourism. Resource basis as a source of tourist product in medical and SPA tourism. Components of a tour package in medical and SPA tourism.
6. Features of the formation of Russian legislation in the field of medical and SPA tourism. System of state regulation in the field of medical and SPA tourism.
7. Main aspects of legislation regulating the activities of resorts.
8. Legal aspects of the distribution of responsibility in medical tourism.
9. Visa formalities. The trend of simplifying the process of obtaining a medical visa, international practice.

10. Aspects of insurance coverage and non-coverage of severe chronic diseases as a driver of international tourist flows in medical and SPA tourism.
11. Types and types of recreational and rehabilitation institutions in the Russian Federation, legal features of their activities.
12. Licensing, standardization and certification of health resort services.
13. Requirements for accommodation and meals for clients in sanatorium-resort complexes.
14. Personnel composition of the sanatorium and resort enterprise.
15. Participants in the medical tourism market: medical personnel, clinics, tour operators, travel agents, insurance companies, assistance companies, legal and transport companies.
16. The structure of the organized tourism market in medical and SPA tourism and the system for promoting the tourism product, from service providers to consumers.
17. The role and tasks of a tour operator in the tourist market in medical and SPA tourism. Single-profile and multi-profile tour operators.
18. Legal basis for calculations in tour operating in medical and SPA tourism. Basic contractual and financial schemes for the work of tour operators.
19. Marketing microenvironment (internal and external): firms, suppliers, subcontractors, marketing intermediaries, client markets, competitors, contact audiences in medical and SPA tourism.
20. Marketing plan in medical and SPA tourism: analysis of the external environment, consumer analysis, competitor analysis, parameters of prices, occupancy, income, promotion channels, target audience analysis, market segmentation.
21. Features and current trends of the tourist market within the framework of medical, medical, health tourism. Factors of preferences, motivation, anticipation and exceeding customer expectations when developing tourism products in medical and SPA tourism.
22. Wellness technologies (fitness, yoga, meditative, cognitive spaces) as a new product offering.
23. Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.
24. Organization of a customer relationship management system in medical and SPA tourism. Loyalty programs, developing new guest needs, marketing relationships with consumers, affiliate and bonus programs.
25. Types of exhibition events in medical and SPA tourism, their goals and objectives in terms of product promotion.
26. Features of economic psychology, motivation, behavioral attitudes, preferences, production and consumption of tourism products in the tourism and hospitality industry of older (third) age people. Aspects of analysis of the current and future market capacity in medical and SPA tourism for people of older (third) age in Russia and abroad.
27. The importance of observing medical formalities: mandatory and recommended. The main diseases that threaten tourists, by region and country of the world.
28. Features of prevention and vaccination, national and international regulation in the field of sanitary and epidemiological safety of tourists.
29. World geography in medical and SPA tourism. Infrastructure, recreational and resource components in medical and SPA tourism. Spa treatment methods. Functionality of each type of healing resources.
30. Geography of medical and SPA tourism in Russia. Infrastructure, recreational and resource components in medical and SPA tourism. Spa treatment methods. Functionality of each type of healing resources.
31. Formation of a global market in medical tourism, experience of insurance companies referring patients to foreign clinics.
32. Correlation of factors of competitiveness of medical tourism destinations. Medical Tourism Index.
33. Analysis of the development model of medical tourism in South Korea and Israel.
34. Analysis of the medical tourism market in China, India, Southeast Asia.

35. Other countries leading in receiving medical tourists, features of their profile: Mexico, Hungary, Türkiye, Thailand, Singapore.
36. The importance of the sanatorium-resort complex for the economy and social sphere in the Russian Federation. Stages of development of the resort business: pre-revolutionary, Soviet, modern.
37. Potential of medical tourism in Russia. Promising niches for inbound medical tourism. Traditions and features of the Russian medical school. Features of domestic physiotherapeutic treatment. Association of Medical Tourism of Russia.
38. Aspects of recreational zoning in Russia. Leading federal resorts of the Russian Federation.
39. Analysis of the tasks and tools for increasing the volume of exports of medical services in the Russian Federation. Prospects for the activities of the Federal Non-Profit Organization “Russian Association of Medical Tourism”.
40. Promising regional “growth points” in medical and SPA tourism in the Russian Federation, aspects of specialization and clustering.

Темы контрольных работ

1. Краткая история и эволюция концепции СПА.
2. Составляющие теории и практики велнес.
3. Развитие и интеграция понятий «спа» и «велнес»
4. Стандарты понятийного аппарата индустрии спа и велнес
5. Категория гостинично-курортных спа.
6. Разновидности гостинично-курортных спа.
7. Структура и основные сегменты современной индустрии спа и велнес
8. Текущие тренды, определяющие динамику развития спа в индустрии гостеприимства
9. Международные спа-операторы на рынке гостеприимства
10. Основные направления услуг гостинично-курортных спа.
11. Спа-дестинации как сегмент индустрии гостеприимства.
12. Перспективы развития санаторно-курортного сегмента в направлении спа и велнес
13. Специфика развития спа в российских отелях.
14. Новые поколения клиентов спа и их влияние на тенденции развития индустрии
15. Этапы построения спа-бизнеса
16. Профессиональный консалтинг в сфере спа и велнес
17. Составляющие концепции спа-центра в отеле
18. Пред-проектная и проектная документация
19. Варианты управления спа-центрами в структуре отелей
20. Отличие спа-салона от велнес-центра
21. Оптимальная структура спа-центра в городском отеле
22. Оптимальная структура спа-центра в загородном отеле
23. Критерии выбора направлений услуг спа-центра в отеле
24. Особенности клиент-ориентированного сервиса в спа.
25. Основные принципы и критерии высокого сервиса
26. Стандарты обслуживания в гостинично-курортных спа
27. Состав сервисной документации
28. Структура сервисного протокола спа-специалиста
29. Структура сервисного протокола администратора рецепции
30. Скрипты и алгоритмы обслуживания
31. Система контроля качества сервиса в спа
32. Метод «таинственный клиент»
33. Категории персонала в индустрии спа и велнес
34. Должностные позиции спа-специалистов

35. Общие требования ко всем категориям персонала спа
36. Квалификационные требования к спа-специалистам
37. Специфика и категории административного персонала спа
38. Состав кадровой документации в спа-центре
39. Критерии оценки персонала спа
40. Рекрутирование и аттестация персонала спа
41. Система наставничества для новых специалистов
42. Методы мотивации сотрудников спа-центра
43. Командообразование в гостинично-курортном спа
44. Программы обучения и повышения квалификации персонала спа
45. Разработка уникальной концепции спа. Определение целевой аудитории и выбор дифференцирующей идеи»
46. Нормативные акты, регламентирующие создание и реализацию проектов спа и велнес
47. Типичные ошибки на этапе проектирования спа-центров в отелях
48. Требования к оборудованию и оснащению гостинично-курортных спа
49. Менеджмент проектов спа на разных этапах реализации
50. Варианты стилистического оформления интерьеров спа в отелях
51. Предпроектная и проектная документация
52. Выбор профессиональных косметических средств и расходных материалов
53. Требования к программному обеспечению бизнес-процессов в спа
54. Классификация спа-услуг в соответствии с требованиями российского законодательства
55. Категория медицинских спа на мировом рынке: история возникновения, разновидности. Специфика сегмента медицинских спа в России.
56. Санаторно-курортные учреждения как медицинские спа.
57. Медицинские услуги в предложении гостинично-курортных спа.
58. Медицинская косметология и ее интеграция в индустрию гостеприимства
59. Альтернативная и интегративная медицина в индустрии спа и велнес
60. Реабилитационные велнес-программы в отелях
61. Медицинская диагностика и мониторинг клиентов гостинично-курортных спа
62. Критерии здорового питания и принципы формирования меню спа-кухни.
63. Программы спа-питания в отелях и на курортах
64. Требования к организации спа-кухни на базе отеля
65. Структура меню спа-кафе (спа-ресторана)
66. Текущее бизнес-планирование деятельности спа в отеле.
67. Финансовый менеджмент в гостинично-курортном спа.
68. Бюджетирование гостинично-курортного спа. Структура операционных расходов спа-центра
69. Управление материальными и нематериальными активами
70. Стандартизация и Организация бизнес-процессов в спа-центре
71. Складской учет и инвентаризация
72. Управление розничными продажами в спа
73. Виды управленческой отчетности спа-менеджера в отеле
74. Особенности продвижения услуг спа и велнес
75. Внутренний маркетинг спа в отеле. Роль отдела маркетинга отеля в продвижении спа-услуг. Малоозрастные инструменты маркетинга гостиничного спа.
76. Подарочные сертификаты и специфика их использования в гостинично-курортных спа
77. Специфика рекламы спа-услуг
78. Интернет –маркетинг и продвижение спа в социальных сетях
79. Клубная форма работы с постоянной клиентурой в индустрии спа и велнес

80. Стратегии привлечения клиентов из числа местных жителей
81. Использование кросс-промоушена и туристических агентств в продвижении спа/велнес-услуг
82. Этика общения с клиентами спа как основа высокого сервиса
83. Спа-этикет – нормы и правила взаимоотношений между персоналом и клиентами
84. Этический кодекс гостей и клиентов спа в отеле
85. Организационная и корпоративная культура в спа – условие комфортного пребывания гостей

Test topics

1. Brief history and evolution of the spa concept.
2. Components of wellness theory and practice.
3. Development and integration of the concepts of “spa” and “wellness”
4. Conceptual standards of the spa and wellness industry
5. Category of hotel and resort spas.
6. Types of hotel and resort spas.
7. Structure and main segments of the modern spa and wellness industry
8. Current trends that determine the dynamics of spa development in the hospitality industry
9. International spa operators in the hospitality market
10. Main areas of hotel and resort spa services.
11. Spa destinations as a segment of the hospitality industry.
12. Prospects for the development of the sanatorium-resort segment in the direction of spa and wellness
13. Specifics of spa development in Russian hotels.
14. New generations of spa clients and their impact on industry trends
15. Stages of building a spa business
16. Professional consulting in the field of spa and wellness
17. Components of the concept of a spa center in a hotel
18. Pre-design and design documentation
19. Options for managing spa centers in the hotel structure
20. Difference between a spa and a wellness center
21. Optimal structure of a spa center in a city hotel
22. Optimal structure of a spa center in a country hotel
23. Criteria for choosing areas of spa services in a hotel
24. Features of client-oriented service in a spa.
25. Basic principles and criteria of high service
26. Service standards in hotel and resort spas
27. Contents of service documentation
28. Structure of a spa specialist’s service protocol
29. Structure of the reception administrator service protocol
30. Scripts and service algorithms
31. Spa service quality control system
32. Mystery client method
33. Categories of personnel in the spa and wellness industry
34. Job positions of spa specialists
35. General requirements for all categories of spa personnel
36. Qualification requirements for spa specialists
37. Specifics and categories of spa administrative personnel
38. Composition of personnel documentation in the spa center
39. Criteria for evaluating spa staff
40. Recruitment and certification of spa personnel
41. Mentoring system for new specialists

42. Methods of motivating spa employees
43. Team building in a hotel and resort spa
44. Training and professional development programs for spa personnel
45. Development of a unique spa concept. Determining the target audience and choosing a differentiating idea"
46. Regulatory acts regulating the creation and implementation of spa and wellness projects
47. Typical mistakes at the design stage of spa centers in hotels
48. Requirements for equipment and facilities of hotel and resort spas
49. Management of spa projects at different stages of implementation
50. Options for the stylistic design of hotel spa interiors
51. Pre-project and design documentation
52. Selection of professional cosmetics and consumables
53. Requirements for business process software in a spa
54. Classification of spa services in accordance with the requirements of Russian legislation
55. Category of medical spas on the world market: history of origin, varieties. Specifics of the medical spa segment in Russia.
56. Sanatorium-resort institutions as medical spas.
57. Medical services in the offer of hotel-resort spas.
58. Medical cosmetology and its integration into the hospitality industry
59. Alternative and integrative medicine in the spa and wellness industry
60. Rehabilitation wellness programs in hotels
61. Medical diagnostics and monitoring of hotel and resort spa clients
62. Criteria for healthy eating and principles for creating a spa kitchen menu.
63. Spa nutrition programs in hotels and resorts
64. Requirements for organizing a spa kitchen at a hotel
65. Menu structure of a spa cafe (spa restaurant)
66. Current business planning for hotel spa activities.
67. Financial management in a hotel and resort spa.
68. Budgeting for a hotel and resort spa. Spa operating cost structure
69. Management of tangible and intangible assets
70. Standardization and Organization of business processes in the spa center
71. Warehouse accounting and inventory
72. Spa Retail Sales Management
73. Types of management reporting for a spa manager in a hotel
74. Features of promoting spa and wellness services
75. Internal marketing of a hotel spa. The role of the hotel marketing department in promoting spa services. Low-Cost Hotel Spa Marketing Tools.
76. Gift certificates and the specifics of their use in hotel and resort spas
77. Specifics of advertising spa services
78. Internet marketing and spa promotion on social networks
79. Club form of work with regular clientele in the spa and wellness industry
80. Strategies for attracting local customers
81. Use of cross-promotion and travel agencies in promoting spa/wellness services
82. Ethics of communication with spa clients as the basis for high service
83. Spa etiquette - norms and rules of relationships between staff and clients
84. Code of Ethics for Hotel Spa Guests and Clients
85. Organizational and corporate culture in a spa is a condition for a comfortable stay for guests

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114712&sr=1

Колодий Н. А. Новая экономика – экономика впечатлений: учебное пособие. / Н. А. Колодий / Институт истории, международных и социальных исследований Ольборского университета, 2010. – 329 с. (4 экз.)

Котлер Ф., Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114713&sr=1

Рассохина Т. В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник М.: Советский спорт, 2014 / http://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=97885

Назарка В. А., Владыкина Ю. О. Воротникова Е. Ю., Комарова О. С., Малетин С. С. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие Новосибирск: НГТУ, 2014 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436302&sr=1 6.

Поведение потребителей М.: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438&sr=1

Дополнительные

Сайт Всемирной туристской организации (World Tourism Organization) <http://www.world-tourism.org>

Сайт Ассоциации туроператоров <http://www.ator.ru>

Сай научного журнала Tourism Management, ELSEVIER Publishing <https://www.journals.elsevier.com/tourism-management>

European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org>

Сайт научного журнала Journal of Sustainable Tourism, Taylor and Francis Group <https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current>

Литература

Основная

1. Никитина О. А. История курортного дела и спа-индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / О.А. Никитина. 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 183 с. – (Серия: Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/istoriya-kurortnogo-dela-i-spa-industrii-438969>

2. Барчуков И. С. Санаторно-курортное дело [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 «Менеджмент организации» и направлениям сервиса и туризма (10000) / И.С. Барчуков. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 303 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028582>

3. Быстров С. А. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.А. Быстров. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2019. - 432 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1034526>

Дополнительная

4. Ветитнев А. М. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма [Электронный ресурс]: монография / А.М. Ветитнев, А.А. Киселева, А.Л. Конторских. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 158 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1027030>

5. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Скобкин. - Москва: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 496 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/554704>

6. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - То же

[Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma-441186>

7. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente-433839>

8. Большаник П. В. Туристское страноведение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ П.В. Большаник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 241 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1026295>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Информационная справочная система «Атлас турмаршрутов России» (платформа / турагрегатор поиска, бронирования маршрутов, событий и экскурсий по всей России от РГО): <http://turatl.ru/>
Информационная справочная система «Tripster – база экскурсий и экскурсоводов по всему миру»: <https://experience.tripster.ru/>

База данных «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>

База данных «Список нематериального культурного наследия и Реестр передового опыта охранной деятельности ЮНЕСКО»: <https://ich.unesco.org/en/lists>

База данных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО: <https://whc.unesco.org/ru/list/>

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/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 Специфика деятельности в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма.

Типологии медицинского туризма.

Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов.

Маркетинговая макросреда в медицинском и SPA-туризме: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические).

Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме.

Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме.

Тема 2 Правовые особенности медицинского туризма и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма.

Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма.

Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов.

Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика.

Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности.

Тема 3 Участники рынка медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании.

Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям.

Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме.

Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров

Тема 4 Обслуживание потребителей в медицинском и SPA-туризме

Вопросы для обсуждения:

Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.

Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме.

Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.

Тема 5 Разновидности и тренды развития медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Мировая география в медицинском и SPA-туризме.

География медицинского и SPA-туризма в России.

Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме.

Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

Современные информационные технологии при организации деятельности комплекса лечебно-оздоровительного туризма.

Активные виды оздоровления и курортная анимация в практике российских и зарубежных курортов.

Тема 6 Международный и российский опыт развития медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями пациентов в зарубежные клиники.

Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма. Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index).

Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле.

Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии.

Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля: Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур.

Ведущие международные курорты и их лучшие практики.

Аспекты рекреационного районирования в России. Ведущие федеральные курорты Российской Федерации.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

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

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 стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовок), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

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

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:

ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора

ПК -3.3. Умеет предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт

ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли и рисков ведения туристского и гостиничного бизнеса; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере медицинского и SPA-туризма в контексте решения задач бизнеса с учетом туристских формальностей; критерии и условия выбора альтернатив в сфере медицинского и SPA-туризма; подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства

Уметь: верно интерпретировать целесообразность и обязательности использования документационной формализации взаимоотношений между контрагентами в сфере медицинского и SPA-туризма, включая ключевые бизнес-процессы в обслуживании потребителей и туристов; проверять правильность (с точки зрения правового и экономического анализа) составления документов по структуре и содержанию; верно соотносить документационную основу обслуживания потребителей и туристов с бизнес-процессами организаций в сфере медицинского и SPA-туризма

Владеть: навыками оценки ресурсов территорий и компаний в индустрии туризма и гостеприимства для эффективного формирования санаторно-курортных продуктов.

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

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

ABSTRACT OF THE DISCIPLINE PROGRAM

The discipline (module) is implemented at the Faculty of Oriental Studies and Social and Communication Sciences by the Department of Public Relations, Tourism and Hospitality.

The purpose of the discipline is to form a base of theoretical and practical knowledge for making scientifically based decisions that ensure the development of the tourism industry. In the process of studying the discipline, future specialists develop an understanding of the main components of the process of the experience economy; a complex of knowledge about the tourist image is acquired, which forms the basis of the experience economy.

Objectives of the discipline:

- instill skills in working with categories and terms used within the experience economy;
- study the basic tools for creating the effects of impressions and sensations among tourists;
- to develop practical skills in studying economic processes taking into account the economy of impressions.

As a result of mastering the discipline (module), the student must:

Know: the basic principles of making management decisions in conditions of uncertainty in the tourism industry and the risks of running the tourism and hotel business; methodology for identifying and managing business processes in the field of medical and SPA tourism in the context of solving business problems, taking into account tourism formalities; criteria and conditions for choosing alternatives in the field of medical and SPA tourism; approaches to coordination and control of the activities of divisions of tourism and hospitality enterprises.

Be able to: correctly interpret the feasibility and mandatory use of documentary formalization of relationships between counterparties in the field of medical and SPA tourism, including key business processes in serving consumers and tourists; check the correctness (from the point of view of legal and economic analysis) of the preparation of documents in terms of structure and content; correctly correlate the documentation basis for servicing consumers and tourists with the business processes of organizations in the field of medical and SPA tourism.

Possess: skills in assessing the resources of territories and companies in the tourism and hospitality industry for the effective formation of health resort products.

The discipline (module) provides for intermediate certification in the form of an exam.

The total labor intensity of mastering the discipline (module) is 3 credit units.