



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)  
Школа экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Школы

экономики и менеджмента

  
Е.Б. Гаффорова

«18» сентября 2018г

**Сборник**  
**аннотаций рабочих программ дисциплин**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**43.04.02 Туризм**

**Программа академической магистратуры**

**Программа: International Tourism & Hospitality /**

**Международный туризм и гостеприимство) (на английском языке)**

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток  
2018

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)»**

Учебный курс «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (32 часа), самостоятельная работа студентов (36 часов) в том числе контроль самостоятельной работы студентов (36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое мышление и исследования», «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», к участию в научно-исследовательской работе.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Особенности выстраивания научного диалога;
2. Использование технологий в коммуникации;
3. Искусство как элемент научного мышления;
4. Особенности межличностной коммуникации;
5. Особенности междисциплинарной коммуникации.

**Цель** изучения дисциплины – формирование умений и практических

навыков в области текущих научных и технологических разработок для повышения профессионального развития студентов, навыков взаимодействия с инновациями и навыков междисциплинарного сотрудничества, которые помогут будущему специалисту в решении вопросов, связанных с их профессиональной деятельностью.

#### **Задачи:**

- акцентировать внимание студентов на креативности, уверенности и компетентности в отношении применения технологий;
- создать условия для формирования у студентов интереса к исследуемому объекту и критического мышления;
- создать условия для формирования обоснованных позиций и стратегий студентов;
- создать условия для коммуникации с целью эффективного распространения лучших практик;
- создать условия для более глубокого понимания научных и практических явлений;
- создать условия для поддержки инноваций в междисциплинарных командах.

Для успешного изучения дисциплины «Глобальная научная коммуникация» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и вырабатывать альтернативные варианты их решения;
- способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
- способностью обобщать и критически оценивать результаты

исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-6 способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– техники активного слушания;</li> <li>– современные этические принципы;</li> <li>– техники выработки и формулирования решений</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применять креативные подходы к решению сложных задач</li> <li>– формулировать и задавать вопросы</li> <li>– принимать обоснованные решения</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами выстраивания коммуникации</li> </ul>
ОК-7 способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– техники активного слушания</li> <li>– современные этические принципы</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вести аргументированную дискуссию;</li> <li>– формулировать и задавать вопросы</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами выстраивания коммуникации</li> </ul>
ОК-10 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– современные этические принципы;</li> <li>– техники выработки и формулирования решений</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применять креативные подходы к решению сложных задач;</li> <li>– демонстрировать критические суждения</li> <li>– принимать обоснованные решения</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами выстраивания коммуникации</li> </ul>
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– современные этические принципы;</li> <li>– техники выработки и формулирования решений</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрировать критические суждения;</li> <li>– вести аргументированную дискуссию;</li> <li>– формулировать и задавать вопросы</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами и методами критического анализа и оценки сложных профессиональных вопросов</li> </ul>

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Critical Thinking and Research (Критическое мышление и  
исследование)»**

Учебный курс «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов, в том числе 3 зачетных единицы (108 часов) на элемент модуля «Дизайн исследовательского проекта» и 1 зачетная единица (36 часов) на элемент модуля «Критическое мышление». Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (14 часов), практические занятия (34 часов), самостоятельная работа (51 час). В том числе – элемент модуля «Дизайн исследовательского проекта»: 2 часа лекции, 10 часов практики, 29 часов самостоятельной работы; элемент модуля «Критическое мышление»: 2 часа лекций, 10 часов практики, 32 часа самостоятельной работы. Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика». Дисциплина позволяет подготовить студентов к освоению такой дисциплины, как «Глобальные научные коммуникации», а также к прохождению практик, в том числе научно-исследовательской работы, участию в научно-исследовательском семинаре, к прохождению учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков; к подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины состоит из двух модулей и охватывает следующий круг вопросов:

- Дизайн исследовательского проекта, в том числе разработка академических, прикладных (социальных и предпринимательских) проектов, декомпозиция проектов на поисковый, описательный и аналитический этапы, подготовка инструментария для сбора эмпирических данных.

- Критическое мышление, в том числе формирование общей культуры исследовательской работы.

**Цель** изучения дисциплины – освоение студентами базовых знаний, навыков и умений дизайна и проведения академических и прикладных исследований, формирование у студентов системного представления о природе исследования, его основных типах, этапах и методах, развитие у студентов культуры исследовательской работы и подготовки их к написанию научных работ и статей.

**Задачи:**

- формирование углубленного понимания студентами особенностей дизайна исследовательского проекта в зависимости от вида проекта (академического, социального и управленческого/предпринимательского);

- получение студентами практических знаний и навыков определения мотивации, противоречия, цели и задач, объекта и предмета исследования, выдвижения рабочих гипотез, выбора методов сбора информации, возможностей совмещения методов, а также методов анализа данных и представления результатов исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

- готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

– способностью проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

– способностью творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;

– способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способностью к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОК-4 умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения	знает	Основные подходы к поиску научной информации, сложившиеся в экономических и иных общественных науках
	умеет	Критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных источников и выработать на их основе альтернативные варианты
	владеет	Навыками выявления новых предметных областей, противоречий и выработки альтернативных решений на основе анализа информации из различных источников
ОК-5 способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности	знает	Закономерности, правила и инструменты для генерирования идей в предпринимательской деятельности
	умеет	Оперировать набором инструментов в соответствии с правилами генерирования идей
	владеет	Навыками составления «ментальных карт», методами «мозгового штурма» и латерального

		мышления
ОК-6 способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка	знает	Принципы ведения научных дискуссий, нормы научного стиля современного русского языка
	умеет	Вести научную дискуссию, соблюдая нормы научного стиля современного русского языка
	владеет	Навыками ведения научных дискуссий, нормами научного стиля современного русского языка
ОК-8 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	знает	Объем понятия критическое мышление, уровни познавательных задач по Блуму, структуру и модели умозаключений, стратегии работы с текстом; типы организационной структуры текста; определение аргументации; типы логических нарушений
	умеет	Определять и оценивать выводное знание (дедуктивную валидность, допущения и т.д.), интерпретировать высказывания и идеи, использовать различные стратегии чтения научного текста; определять аргументацию и оценивать ее качество
	владеет	Навыками оценки качества научного текста

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Критическое мышление и исследования» не предусмотрены методы активного/ интерактивного обучения.



**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Economics and Management: Adaptation Course  
(Экономика и управление: адаптационный курс)»**

Учебный курс «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), контроль самостоятельной работы (КСР) (18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Эконометрика», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование туризме и гостеприимстве», «Развитие туристских территорий».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Математика и статистика в современной экономике: методология статистики, основные категории статистики, методы наблюдений, сводки и группировки статистической информации, статистические группировки, ряды распределения, графическое изображение статистических данных,

статистические таблицы; абсолютные показатели, относительные показатели статистические средние, анализ вариационных рядов, выборочный метод, методы изучения динамики социально-экономических явлений, методы анализа основной тенденции в рядах динамики, методы выявления сезонной компоненты.

2. Основы современной экономики: основные закономерности функционирования экономики; эволюция экономических концепций и теорий, анализ современных направлений экономических учений в трудах Нобелевских лауреатов по экономике возможности практического применения современных экономических исследований (поведенческая экономика и патернализм).

3. Основы менеджмента: теоретико-методологические основы менеджмента, эволюция концепций менеджмента; функции планирования и организации, мотивации и контроля; коммуникации в менеджменте; разработка и принятие управленческих решений; управление персоналом, групповая динамика, управление конфликтами, стрессами и изменениями; власть и лидерство.

**Цель** изучения дисциплины – овладение методами и способами статистического количественного и качественного анализа социально-экономических явлений и процессов и их взаимосвязей, дисциплина ориентирована на изучение понятий и инструментария, специфичного для данной области знаний; формирование необходимых основ современного экономического мышления на базе разностороннего осмысления сущности экономических явлений и процессов; систематизация у магистрантов научных фундаментальных знаний в области менеджмента, закрепление магистрантами практических навыков выполнения основных функций менеджмента, применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с установленными требованиями к избранному виду деятельности.

**Задачи:**

- дать основополагающие представления знаний в области общей теории математики и статистики, основ экономической статистики и международной статистики;

- изучить базовые понятия области производства статистических расчетов, в использовании методов статистического анализа;

- приобрести знания и навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности;

- сформировать у студентов представление об экономике как науке, изучающей поведение людей в условиях ограниченности ресурсов;

- познакомить студентов с основными разделами экономической науки, важнейшими результатами, имеющимися в этих разделах;

- овладеть современной экономической терминологией и основными методами экономического анализа;

- показать главные задачи, проблемы и вопросы современной экономики;

- овладеть содержанием управленческой деятельности;

- подготовить конкурентоспособных специалистов высшего и среднего уровня, обеспечивающих выполнение миссии и достижение целей организации.

Для успешного изучения дисциплины «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;

- способность оформить и представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада, с возможным использованием различных инновационных и интерактивных форм представления информации, владение необходимыми навыками в составлении обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии по тематике научных интересов (в соответствии с направленностью (профилем) программы магистратуры);

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-1 способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности	Знает	основные этапы научных знаний; достижения зарубежной науки, техники, образования
	Умеет	творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике
	Владеет	навыками профессиональной мобильности для творческой адаптации достижений зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике навыками аналитической работы в научной сфере
ОК-2 готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	Знает	как руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности основы менеджмента и управления человеческими ресурсами, в т.ч. и в сфере туризма
	Умеет	руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, организовать работу малого коллектива, рабочей группы
	Владеет	культурой делового общения, основными формами деловой коммуникации, современными технологиями в области коммуникации
ОК-3 умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	Знает	особенности, специфику работы и способы руководства в междисциплинарных группах методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей
	Умеет	работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя организовать работу малого коллектива,

		рабочей группы
	Владеет	современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов навыками организации и руководства междисциплинарных проектов
ОК-9 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знает	стадии разрешения нестандартных ситуаций, социальные и этические нормы поведения
	Умеет	действовать в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения
	Владеет	способами действий в нестандартных ситуациях, неся на себе социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	базовые принципы развития и жизни общества; основные принципы работы в научных группах и малых коллективах
	Умеет	брать ответственность за принятые решения и направленность исследования; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
	Владеет	навыками совместной работы в различных научных коллективах; навыками управления и организации исследования

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экономика и менеджмент: адаптационный курс» не предусмотрены методы активного/ интерактивного обучения.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)»**

Учебный курс «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часа, в том числе 36 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Развитие туристских территорий» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)», «Research Methods (Методы исследования)», «Tourism and Travel Management (Туризм и организация путешествий)», Innovations in Torism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве) и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)», «Tourism of impressions (Туризм впечатлений)», Strategic Marketing in Tourism and Hospitality (Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства).

**Цель** изучения дисциплины - развитие компетенций современного менеджера, которые включают знания экологических проблем общества, понимание природных законов и степень влияния антропогенной деятельности на природные процессы, умение выбирать управленческие решения и применять принципы и методы экологического менеджмента.

**Задачи:**

- Изучить экономико-правовые условия взаимодействия бизнеса, рынка и окружающей среды, и закономерности взаимодействия природных экосистем и общества;
- Исследовать концептуальные основы организации экологического менеджмента на микроуровне; перспектив использования новых достижений экологической науки при организации современных производств и бизнеса;
- Изучить основные методологические подходы к организации устойчивого развития территорий на региональном уровне; виды, формы экологического менеджмента, особенности их проявления в туристском и гостиничном бизнесе.
- Формирование практических навыков по разработке мероприятий, направленных на развитие экономических процессов территории, снижение факторов риска.

Для успешного изучения дисциплины «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;
- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;

- умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- способностью к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде .

В результате изучения дисциплины «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» у студентов формируются следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 - способность формировать программы комплексного туристского развития территорий с учетом кластерного подхода на основе использования результатов научных исследований	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам экологизации и устойчивого развития
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экологического менеджмента;</li> <li>• - обоснованно использовать эффективные методы экологического менеджмента в конкретных бизнес-ситуациях.</li> </ul>
	Владеет	профессиональной терминологией в сфере экологического менеджмента на иностранном языке
ОПК-3 -способностью находить и оценивать новые рыночные возможности,	Знает	методические основы разработки и принятия управленческих решений
	Умеет	организовывать работу научно-исследовательского коллектива



формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Владеет	навыками формулирования и постановки научной проблемы, организации коллективной работы по решению выявленной проблемы
---	---------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: научные дебаты; моделирование экологических процессов, построение бизнес- процессов.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Hospitality and Tourism Planning and Management**  
**(Планирование в туризме и гостеприимстве)»**

Учебный курс «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе 36 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Планирование в туризме и гостеприимстве» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве», «Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства», «Туристские ресурсы стран АТР», и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений», подготовить к прохождению учебной и производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Концепция предприятия размещения, история развития курортного бизнеса, планирование и развитие предприятия размещения,

планирование предприятия и его дизайн, планирование базовых рекреационных услуг на предприятиях курортного типа, открытие предприятия размещения, Управление регистрационным департаментом

2. Маркетинг предприятия, исследования в туризме и отчеты по проведенной деятельности, коммуникации при планировании и прогнозировании в туризме и гостеприимстве, разработка продукта, трудовые ресурсы, перспективы и новшества: глобальные вопросы туризма.

**Цель** изучения дисциплины - формирование специальных компетенций у магистров туризма в области понимания планирования в туризме и гостеприимстве.

**Задачи:**

- Сформировать понятийный аппарат, составляющий основу в планировании в индустрии туризма и гостеприимства.
- Изучение основных методологических подходов в области планирования в индустрии туризма и гостеприимства.
- Анализ опыта предприятий – лидеров в области планирования в индустрии туризма и гостеприимства.

Для успешного изучения дисциплины «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность к реализации проектов в туристской индустрии;
- способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства .

В результате изучения дисциплины «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся формируются следующие учебные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 - способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	знает	основы бизнес-планирования
	умеет	формировать и оценивать бизнес-идеи
	владеет	методикой разработки бизнес-планов
ПК-4 - способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	знает	методические основы проведения экономического анализа
	умеет	организовывать научно-исследовательскую работу по сбору, обработке и систематизации первичной маркетинговой информации
	владеет	навыками формулирования и постановки научной проблемы, организации работы по повышению эффективности развития рынка туристских услуг
ОПК-4 – Способность разрабатывать корпоративную стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации	знает	Основы организации бизнеса
	умеет	Выбирать стратегию, применимо к тем или иным нуждам предприятия
	владеет	Приемами применения стратегии бизнеса
ПК-15 – Способность формировать программы комплексного туристского развития территорий с учетом кластерного подхода на основе использования результатов научных исследований	знает	Основы формирования программ для комплексного развития туристских территорий
	умеет	Проводить научные исследования в туризме
	владеет	Приемами применения программ комплексного развития территорий с учетом кластерного подхода

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)» применяются следующие методы обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Econometrics (Эконометрика)»**

Учебный курс «Econometrics (Эконометрика)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Эконометрика» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 часов), практические занятия (12 часов), лабораторные занятия (12 часа), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 18 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Эконометрика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Использование количественных и качественных методов для построения эконометрических моделей.
2. Описание взаимосвязей и закономерностей в пространстве экономических отношений. Поиск лучших моделей; решение проблем эндогенности; выявление причинно-следственных связей.
3. Прогнозирование динамики экономических показателей.

**Цель** изучения дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области применения количественных и качественных методов при проведении и представлении

результатов прикладных исследований в области туризма.

**Задачи:**

- сформировать у студентов единую систему понятий, связанных с получением и обработкой экономических данных, интерпретацией полученных результатов;
- обучить студентов применению эконометрических моделей для адекватного описания сложных экономических процессов и явлений;
- научить экономической интерпретации параметров эконометрических моделей;
- развить у студентов умение оценивать адекватность моделей и сравнивать конкурирующие модели;
- развить навыки использования различных статистических критериев для оценки значимости параметров модели и проверки гипотез о значениях параметров и связях между ними;
- обучить навыкам сбора, обработки и анализа информации, используемой для оценки параметров эконометрической модели, что оказывает существенное влияние на достоверность и точность модели;
- развить способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу сформировать логические связи с другими предметами, входящими в курс образования.

Для успешного изучения дисциплины «Эконометрика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку

информации, необходимой для решения профессиональных задач;

- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-11 готовность использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере туризма	Знает	современные методы и подходы реализации научно-исследовательских работ в сфере туризма
	Умеет	использовать современные методы и подходы реализации научно-исследовательских работах в сфере туризма
	Владеет	современными техниками и инструментарием для реализации научно-исследовательских работах в сфере туризма
ПК-12 способность ставить задачи и выбирать методы исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризма	Знает	теоретические основы конструирования и реализации дизайна исследовательских проектов в сфере туризма
	Умеет	самостоятельно квалифицированно формировать и реализовывать дизайн исследовательских проектов в сфере туризма
	Владеет	навыками формирования исследовательских проблем, противоречий, вопросов, выбора наиболее подходящих методов исследования, интерпретации и представления результатов
ПК-13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций,	Знает	основные подходы и техники представления результатов научного исследования в сфере туризма в различных формах и форматах
	Умеет	представлять результаты научного исследования в сфере туризма в различных формах и форматах

публичных выступлений и обсуждений	Владеет	навыками оформления и визуализации данных в рамках представления результатов научного исследования в сфере туризма в различных формах и форматах
------------------------------------	---------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Эконометрика» не предусмотрены методы активного/ интерактивного обучения.



**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран**  
**Азиатско-Тихоокеанского региона)»**

Учебный курс «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе 9 с использованием активных форм обучения) самостоятельная работа студентов (108 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре магистратуры.

Дисциплина «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве, «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Tourism and Travel Management (Туризм и организация путешествий)» «Туризм впечатлений», подготовить к прохождению учебной и производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Тенденции развития туризма в странах Азиатско-Тихоокеанского региона.
2. Основные туристские дестинации стран АТР

3. Туристические ресурсы стран АТР

4. География видов туризма в странах АТР.

**Цель** изучения дисциплины - формирование специальных компетенций у магистров туризма в области анализа и прогнозирования развития рынков туристских услуг стран АТР.

**Задачи:**

- формирование понятийного аппарата, составляющего основу региональных рыночных процессов в сфере туризма;
- изучение основных методологических подходов к организации исследования рынка туристских услуг;
- анализ опыта развития туристских услуг в странах АТР;
- формирование практических навыков по разработке мер, направленных на повышение эффективности развития региональных рынков туристских услуг.

Для успешного изучения дисциплины «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- умение собирать, анализировать, систематизировать, оценивать и интерпретировать данные, необходимые для выполнения профессиональных задач.

В результате изучения дисциплины «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-3 - способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Знает	основы бизнес-планирования
	Умеет	формировать и оценивать бизнес-идеи
	Владеет	методикой разработки бизнес-планов
ПК-4 - способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	Знает	методические основы проведения экономического анализа
	Умеет	организовывать научно-исследовательскую работу по сбору, обработке и систематизации первичной маркетинговой информации
	Владеет	навыками формулирования и постановки научной проблемы, организации работы по повышению эффективности развития рынка туристских услуг

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)»**

Учебный курс «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену), КСР (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин Econometrics (Эконометрика), Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования), Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс), Communication for Hospitality and Tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве), Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве) и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», «Tourism of impressions (Туризм впечатлений)», Strategic Marketing in Tourism and Hospitality (Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства).

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические основы специализированного туризма: основные понятия, цели, принципы, методы; объекты и субъекты специализированного туризма и турпродукта; место специализированных видов в классификации туризма; формирование специализированного турпродукта и менеджмент специализированных туров.

2. Специализация как фактор брендинга туристического бизнеса: причины и факторы специализации. Группы специализаций: природный, экстремальный, религиозный, деловой, спортивный, круизный, образовательный, лечебный, свадебный, корпоративный, событийный туризм.

3. Проектирование специализированных туров и особенности формирования бизнес-процессов: разработка проекта, диаграмма Ганта, декомпозиция работ, распределение ответственности. Маркетинг и информационное обеспечение специализированного тура: методы маркетинга, особенности маркетинговых исследований в специализированном туризме, информационные базы туристических ресурсов и развитие территории.

**Цель** изучения дисциплины – освоение студентами новой профессиональной области, охватывающей как общие знания по специализированным видам туризма, так и основы туристического менеджмента для развития мультипликативной отрасли туризма на микроуровне.

**Задачи:**

- Исследовать перспективы использования туристических ресурсов при организации современных предприятий туристической индустрии на основе диверсификации ресурсов, определения брендовых направлений развития;

- Выявление структуры специальных видов туризма, характеристики территорий и регионов их распространения, раскрытия особенностей практической организации специальных видов туризма;
- Изучение экономико-правовых условий развития туристического бизнеса, на основе выделения брендовых направлений, специализации; инноваций;
- Выявление приоритетных направлений развития туризма и разработка самостоятельных проектных решений;
- Изучение основных методологических подходов к организации устойчивого развития туризма;
- Дифференцировать виды, формы, классификации специализированного туризма, особенности их проявления в туристском и гостиничном бизнесе.
- Генерировать практические навыки разработки тура на выбранной территории, принятия оптимальных решений, ориентированных на устойчивое развитие туризма как отрасли с наименьшим воздействием на ландшафт.

Для успешного изучения дисциплины «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;

- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, логистической, экологической, и (или) туристической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;
- способностью творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности ;
- способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии;
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» у студентов формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-2 -готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно	Знает	методические основы разработки и принятия управленческих решений
	Умеет	организовывать работу научно-исследовательского коллектива
	Владеет	навыками формулирования и

воспринимаемая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		постановки научной проблемы, организации коллективной работы по решению выявленной проблемы
ОПК-3 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам брендинга и проектирования специализированного тура
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере туризма, составлять брендовый турпродукт</li> <li>• обоснованно использовать эффективные методы специализированного туризма в конкретных бизнес-ситуациях.</li> </ul>
	Владеет	профессиональной терминологией в сфере туризма на иностранном языке, аналитическими инструментами оценки специализированных туров и международного туризма в целом.
ПК-8 способностью формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную	Знает	основы международного туризма и методические аспекты разработки и принятия управленческих решений, формулировать концепцию турфирмы
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• оценивать качество турпродукта</li> </ul>



политику оценки рисков предприятия туристской индустрии		<p>для развития турфирмы, риски предприятия туристской индустрии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• адекватно применять правовые акты в конкретных ситуациях на основе справочных и правовых программных продуктов;</li> <li>• Выбирать обоснованные решения в сфере туризма</li> </ul>
	Владеет	основными методами оценки бизнеса, проектирования инновационного турпродукта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: научные дебаты; моделирование, построение бизнес-процессов, проектирование.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Research Methods (Методы исследования)»**

Учебный курс Research Methods (Методы исследования) предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Research Methods (Методы исследования)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (9 часов), лабораторные занятия (27 часов в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), практические работы (18 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Research Methods (Методы исследования)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Econometrics (Эконометрика)», «Tourism and Travel Management (Туризм и организация путешествий)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как ««Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)», , «Innovations in Torism and Hospotality (Инновации в туризме и гостеприимстве)», «Tourism of impressions (Туризм впечатлений)».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Направления развития научных исследований. Методика поиска, оформления и разработки научных исследований. Основные этапы выполнения научно-исследовательской темы. Научное исследование: сущность и особенности. Обоснование актуальности выбранной темы. Определение объекта и предмета исследования. Выбор методов исследования.
2. Методы научного познания. Применение логических законов и правил. Законы тождества, противоречия. Умозаключение. Аналогия. Правила аргументирования. Требования истинности, непротиворечивости, достаточности аргументов. Опровержение доводов. Логика процесса научного исследования. Доказательство.
3. Методический замысел исследования и его основные этапы. Выбор методов, проверка гипотезы, исследования, формулировка выводов. Литературное оформление и внедрение результатов в практику. Структура и содержание этапов исследовательского процесса.

**Цель** изучения дисциплины - развитие компетенций современного менеджера в сфере научной аналитики, которые включают знания научных проблем туристской сферы экономики, подготовку будущих специалистов к проведению самостоятельных конкретных исследований в сфере социально-культурного сервиса и туризма, умение выбирать адекватные инструменты для анализа экономической ситуации, оценки экономических рисков, экономического прогноза.,.

**Задачи:**

- изучить основные возможные направления и формы научных исследований сферы социально-культурного сервиса и туризма; экономико-правовые условия взаимодействия бизнеса, рынка и окружающей среды, и закономерности взаимодействия природных экосистем и общества;
- исследовать концептуальные основы организации научного исследования; конкретных методов как эмпирического, так и

теоретического исследования; перспектив использования новых достижений науки при организации современных производств и бизнеса;

- изучить основные методологические подходы к организации научного исследования, последовательности и специфики каждого из ее этапов, особенности организации;
- сформировать научные навыки планирования, бюджетирования и оформления результатов научного исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Research Methods (Методы исследования)» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;
- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- способностью к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде.

В результате изучения дисциплины «Research Methods (Методы исследования)» у студентов формируются следующая профессиональная компетенция (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-13 -готовность представлять результаты	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по

научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений		проблемам туризма, основные методы научного исследования
	Умеет	осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экономики туризма, классифицировать и анализировать как многолетние, так и текущие данные, делать на основании представленных данных прогноз, составлять научные отчеты.
	Владеет	Инструментами презентации, профессиональной терминологией в сфере экономики туризма на иностранном языке

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины Research Methods (Методы исследования) применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: научные дебаты; моделирование экологических процессов, построение бизнес- процессов.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое**  
**управление в индустрии туризма и гостеприимства)»**

Учебный курс «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» включена в состав дисциплин по выбору блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (171 часа, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика», «Специализированные виды туризма» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Глобальная научная коммуникация», «Прогнозирование и планирование гостиничного бизнеса».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Изучение теоретического и практического материала о современном состоянии и тенденциях развития рынка гостиничных услуг.
2. Анализ современных методов исследований в сфере гостеприимства.

**Цель** изучения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для проведения маркетинговых исследований с учетом особенностей рынков туристских и гостиничных услуг, разработки системы маркетинговых решений и разработки бизнес-стратегий, что позволит им осуществлять активное управление развитием сферы гостеприимства и деятельности гостиничных предприятий на основе маркетинга в соответствии с современными требованиями к данному виду деятельности.

**Задачи:**

- изучить возможности интернет маркетинга как управленческой концепции для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности гостиничных предприятий;
- изучить подходы и методы маркетингового управления на уровне целевых рынков гостиничных услуг;
- сформировать у студентов знания, умения и навыки принятия маркетинговых решений по развитию стратегических направлений бизнеса, с целью обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рынка.

Для успешного изучения дисциплины «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность к реализации проектов в сфере туризма и гостеприимства;
- способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской и гостиничной деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства;
- способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской и гостиничной индустрии, гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 - способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	знает	методические основы проведения экономического анализа
	умеет	организовывать научно-исследовательскую работу по сбору, обработке и систематизации первичной маркетинговой информации
	владеет	навыками формулирования и постановки научной проблемы, организации работы по повышению эффективности развития рынка туристских услуг
ПК-6 - способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	Знает	современные системы стандартизации в туристской индустрии;
	Умеет	-пользоваться современной системой стандартизации в туристской индустрии
	Владеет	методами стандартизации, позволяющих интегрировать знания в научную и профессиональную деятельность
ПК-13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам туризма, основные методы научного исследования
	Умеет	осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экономики туризма, классифицировать и анализировать как многолетние, так и текущие данные, делать на основании представленных данных прогноз,



		составлять научные отчеты.
	Владеет	Инструментами презентации, профессиональной терминологией в сфере экономики туризма на иностранном языке

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)»**

Учебный курс «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (100 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Эконометрика», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование туризме и гостеприимстве», «Развитие туристских территорий».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Определение и анализ туристической деятельности и ее влияния: профессиональный этикет и межкультурная коммуникация в индустрии гостеприимства, введение в туризм, влияние туризма, механизма работы туристической отрасли: туроператоры и тур агенты.

2. Формирование туристического продукта: анализ туристического рынка определённой дестинации, услуги по организации транспортировки, размещению и питанию гостей, расчет стоимости тура, оформление необходимой документации, способы продвижения информации о поездках онлайн и офлайн.

**Цель** изучения дисциплины - формирование профессиональных компетенций, связанных с организацией туристской деятельности в туристских компаниях, в том числе в формировании комплекса знаний о разных этапах организации и сопровождении туристов на выездных и въездных туристских маршрутах, которые должен освоить обучающийся.

**Задачи** дисциплины ««Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)»»:

- формирование представления об основных элементах и принципах работы туристической индустрии;
- ознакомление с ресурсным потенциалом заданного туристского рынка, как основы формирования туристского продукта;
- рассмотрение современных технологий и возможностей их применения для разработки привлекательного турпродукта, его продвижения и реализации, оказания качественных туристских услуг;
- ознакомление с требованиями к составу услуг в различных специализированных туристских программах;
- выработка умения самостоятельной разработки турпродукта, составления программ туристского обслуживания, работы с туристской документацией.

Для успешного изучения дисциплины «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владение иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления межкультурной и иноязычной коммуникации;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;

- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов;
- способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов;
- способность проектировать программы туров, турпакетов, экскурсионные программы и другие продукты туристской деятельности.

В результате изучения дисциплины «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» у обучающихся формируются следующая профессиональная компетенция (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-14 способность к разработке и внедрению инновационных технологий в туристской индустрии	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах;</li> <li>- методы контроля прохождения и выполнения заказов на туристскую поездку;</li> <li>- современные производственные, информационные и коммуникативные технологии;</li> <li>- способы проведения анализа потребностей заказчика;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать современные производственные, информационные и коммуникативные технологии;</li> <li>- проводить анализ потребностей заказчика;</li> <li>- пользоваться технологией проверки правильности заполнения заказа;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования теоретических основ и особенностей обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах;</li> <li>- навыками использования методов контроля прохождения и выполнения заказов на туристскую поездку;</li> <li>- знаниями ассортимента, характеристик и цен предлагаемых туристских продуктов;</li> <li>- знаниями правил и предмета заказа (оформления, цены, параметров, сроков и места выполнения заказа);</li> <li>- навыком организовывать процесс направления заказа в соответствующее учреждение;</li> </ul>

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Tourism and travel management (Туризм и организация путешествий)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекции-дискуссии, мозговой штурм, блиц-опрос, кейс-задачи, парная и командная формы работы.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Communication for hospitality and tourism**  
**(Коммуникации в туризме и гостеприимстве)»**

Учебный курс «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» входит в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)», реализуется в первом семестре 1 курса магистратуры.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 36 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (180 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе магистратуры в 1 семестре.

Дисциплина «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Tourism and Travel Management (туризм и организация путешествий)» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Global Research Communication» «Innovations in Tourism and Hospitality», «Investment Activities in Tourism».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Современные тренды в развитии туризма и гостеприимства.
2. Вызовы в сфере туризма для менеджеров.
3. Национальные туристские организации

(Современные тенденции в развитии туризма. Работа со статистическими данными. Вызовы для туристических менеджеров. Национальные туристические организации. Маркетинговые исследования и национальные бренды дестинаций. Британия (Россия либо какая-нибудь иная страна) как туристическая дестинация. Управление туроператорской деятельностью и разработка турпродукта. Распределение турпродуктов. Управление гостиничным предприятием. Успех работы с клиентами. Успешные сайты и интернет услуги. Рекламная деятельность.)

**Цель** изучения дисциплины – освоение теоретического материала информационного характера об особенностях коммуникаций в сфере услуг и бизнеса, а также овладение специальной лексикой индустрии туризма и гостеприимства, речевыми навыками, необходимыми в работе специалиста сферы сервиса и туризма, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях при общении на английском языке.

**Задачи:**

- сформировать систематизированные знания об особенностях коммуникаций и нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях;
- научиться вести беседу в пределах тематики, связанной с туризмом и гостеприимством;
- овладеть способностью применять теоретические знания и навыки о способах коммуникации на практике;
- ознакомить студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях повседневного общения;
- сформировать основные умения устного и письменного общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде.

В результате изучения дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК– 8 способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии	Знает	основные секторы индустрии гостеприимства
	Умеет	Определять причины роста брендов в индустрии гостеприимства
	Владеет	Определить различных аудиторий, которые маркетинг должен решать, и объяснить, как маркетинговые мероприятия в индустрии гостеприимства удовлетворяют потребности различных типов покупателей
ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое	Знает	как города могут помочь сосредоточить маркетинговые усилия компании.
	Умеет	Описать значение географической сегментации для маркетинга в индустрии гостеприимства.



<p>обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)</p>	<p>Владеет</p>	<p>Рекомендации по рекламе и шестиэтапный рекламный процесс, который поможет вам разработать успешную рекламную кампанию. Знаниями, полученными в результате сегментации выгод и потребностей, могут привести маркетологов гостиничного бизнеса и менеджеров по операциям к тесным рабочим отношениям.</p>
<p>ПК -7 владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии</p>	<p>знает</p>	<p>методические основы самоорганизации</p>
	<p>умеет</p>	<p>расставлять и реализовывать приоритеты деятельности в коллективе</p>
	<p>владеет</p>	<p>навыками анализа деятельности коллектива</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: Case Study, деловая игра (имитация ситуаций), проблемное обучение, круглые столы.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Leadership and Ethics in Hospitality and Tourism  
(Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве)»**

Учебный курс «Leadership and Ethics in Hospitality and Tourism (Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Leadership and Ethics in Hospitality and Tourism (Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули) по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (90 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Leadership and Ethics in Hospitality and Tourism (Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве, «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений», подготовить к прохождению учебной и производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Управление организационными изменениями, меняющаяся природа лидерства и управления, постоянное улучшение качества работы: процессы и инструменты, власть и наделение полномочиями, коммуникационные навыки.

2. Постановка целей и задач, наставничество, навыки в управлении конфликтами, высокопрофессиональные команды, проблемы многонациональных коллективов, стратегическое карьерное планирование, взгляд на этические отношения.

**Цель** изучения дисциплины - формирование специальных компетенций у магистров туризма в области понимания управления предприятиями индустрии туризма и гостеприимства.

**Задачи:**

- Сформировать понятийный аппарат, составляющий основу организационных процессов в индустрии гостеприимства.
- Изучение основных методологических подходов в области лидерства и управления в индустрии гостеприимства.
- Анализ опыта высокопрофессиональных команд в индустрии гостеприимства.

Для успешного изучения дисциплины «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность к реализации проектов в туристской индустрии ;
- способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства .

В результате изучения дисциплины «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	знает	основы академического и профессионального взаимодействия
	умеет	формировать коммуникативную среду
	владеет	методикой применения технологий
ОК-7 способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде	знает	Различные стили речи
	умеет	Применять их соответственно ситуации
	владеет	Владеет иностранным языком
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	знает	Знает основы коммуникации в устной и письменной форме
	умеет	Решать задачи в профессиональной деятельности
	владеет	Иностранными языками
ПК -7 владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии	знает	методические основы самоорганизации
	умеет	расставлять и реализовывать приоритеты деятельности в коллективе
	владеет	навыками анализа деятельности коллектива

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» применяются следующие методы обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и  
доходами в гостинице)»**

Учебный курс «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули) по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (90 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве», «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений», подготовить к прохождению учебной и производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Понимание индустрии гостеприимства: определение основных секторов индустрии гостеприимства, взаимодействие и взаимозависимость:

путешествий, проживания, ресторанов, клубов,; казин, ключевые понятия: имиджевый маркетинг; бренд-продуктовая ассоциация; потребительские ожидания; бренд внутри бренда.

2. Сегментация рынка и индустрии гостеприимства: ключевые понятия: продажа продукции и услуг; потребительский рынок; продажа имиджа фирмы; рынок инвесторов; маркетинг для общей аудитории; имиджевая и информационно-разъяснительная реклама; годовой отчет как маркетинговый инструмент; франчайзинговый маркетинг; города назначения—уникальные достопримечательности для себя, которые создают спрос на путешествия (Лас-Вегас, Акапулько); рынки назначения—создают спрос на путешествия с уникальными достопримечательностями и центрами бизнеса и торговли.

3. Позиционирование в соответствии с потребительскими предпочтениями: встреча, конференция, или участники конвенции; путешественники с неограниченными счетами расходов; цена сознательных бизнес-путешественников.

4. Каналы распределения, потребителей и маркетинг в перспективе: применение ключевых маркетинговых методик: продажи, организация продаж усилия, личные продажи, продажи по телефону.

5. применение ключевых маркетинговых методик обслуживания клиентов: десять шаг поддержки-служба процесса; применение ключевых маркетинговых методик: рекламная деятельность.

**Цель** изучения дисциплины – формирование понимания студентами маркетинговых концепций, принципов управления доходами, проблем продаж гостиничной продукции, а также практик операционного менеджмента.

**Задачи:**

- Продемонстрировать критическую осведомленность о продажах и управлении доходами отелей и их преимуществах для организации;

- Обсудить стратегические рычаги управления продажами и доходами отелей, а также то, как ими можно манипулировать для увеличения доходов;
- Оценить и описать управление доходами отеля с точки зрения его составных частей и критических соображений;
- Предложить способы увеличения продаж и внедрения систем управления доходами в подразделениях и других совместных отделах или отраслях, например, ресторанах, спа, гольф-клубах и т.д.

Для успешного изучения дисциплины «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- умение собирать, анализировать, систематизировать, оценивать и интерпретировать данные, необходимые для выполнения профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 8 способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии	Знает	основные секторы индустрии гостеприимства
	Умеет	Определять причины роста брендов в индустрии гостеприимства
	Владеет	Определить различных аудиторий, которые маркетинг должен решать, и объяснить, как маркетинговые мероприятия в индустрии гостеприимства удовлетворяют потребности различных типов покупателей



ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)	Знает	как города могут помочь сосредоточить маркетинговые усилия компании.
	Умеет	Описать значение географической сегментации для маркетинга в индустрии гостеприимства.
	Владеет	Рекомендации по рекламе и шестиэтапный рекламный процесс, который поможет вам разработать успешную рекламную кампанию Знаниями, полученными в результате сегментации выгод и потребностей, могут привести маркетологов гостиничного бизнеса и менеджеров по операциям к тесным рабочим отношениям.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция, презентация кейс-стади, лекция-дискуссия.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**« Innovations in Tourism and Hospitality**  
**(Инновации в туризме и гостеприимстве) »**

Учебный курс «Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (144 час. в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве, «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений».

Содержание дисциплины состоит из четырех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. влияние инновационных процессов на развитие экономики;
2. инновационные методы стимулирования и развития новых услуг в сфере туризма;

3. практические аспекты и примеры использования инновационных технологий турфирмами;
4. основные этапы моделирования инновационного процесса в туризме.

**Цель** изучения дисциплины – усвоение теоретических и практических знаний магистров в области инновационных технологий туристских предприятий, выбор наиболее эффективных способов обновления производства туристских услуг и повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции.

**Задачи дисциплины:**

- усвоение концептуальных понятий и основных элементов инновационных процессов;
- уяснение специфики и особенностей формирования инновационной деятельности в индустрии туризма;
- изучение стратегических, организационных и управленческих аспектов инновационного предпринимательства;
- овладение методикой инновационного проектирования.

Для успешного изучения дисциплины «Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;
- готовность к реализации проектов в туристской индустрии.
- готовность к разработке турпродукта на основе современных технологий;
- способность работать в команде;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения дисциплины «Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-5 - способность к оценке инновационно-технологических рисков туристской индустрии;	Знает	принципы организации творческой деятельности сотрудников в научно-исследовательском коллективе
	Умеет	генерировать новые идеи, поддерживать собственный креативный потенциал и творческие способности сотрудников в научно-исследовательском коллективе
	Владеет	навыками оценки инновационно-технологических рисков в туристской индустрии;
ПК-6 - способность к внедрению современной системы стандартизации туристской индустрии	Знает	современные системы стандартизации в туристской индустрии;
	Умеет	пользоваться современной системой стандартизации в туристской индустрии
	Владеет	методами стандартизации, позволяющих интегрировать знания в научную и профессиональную деятельность
ПК-14 - способность к разработке и внедрению инновационных технологий туристской индустрии	Знает	концептуальные основы инновационных технологий в туристской индустрии
	Умеет	анализировать, систематизировать и обобщать результаты исследований в туристской индустрии
	Владеет	навыками технико-экономического обоснования инновационных проектов туристской индустрии

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Innovations in Tourism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

гостеприимстве)» применяются следующие методы  
активного/интерактивного обучения: собеседование; дискуссии; метод  
проекта; творческие задания.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Investment activities in Tourism»**  
**«Инвестиционная деятельность в туризме»**

Учебный курс «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (144 час. в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве, «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Государственное регулирование инвестиционной деятельности при создании предприятий туристско-рекреационного комплекса;
2. Методологические основы оценки экономической эффективности инвестиций в туристско-рекреационном

комплексе; методы финансирования инвестиционной деятельности в сфере туризма и др.

**Цель** изучения дисциплины - развитие и углубление теоретических знаний магистров в области инновационных технологий туристских предприятий, выбор наиболее эффективных способов обновления производства туристских услуг и повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции.

**Задачи:**

- исследование основных фондов и изучение основных проблем инвестиций и инвестиционной деятельности в сфере предприятий сервиса и туризма;
- изучение особенностей и сущности категории «инвестиции» как макро-, так и на микроуровне;
- овладение современными методами оценки эффективности инвестиций и их практическому применению.

Для успешного изучения дисциплины «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме;
- готовность к разработке турпродукта на основе современных технологий;
- способность работать в команде;
- способность к самоорганизации и самообразованию.

В результате изучения дисциплины «Investment activities in Tourism» (Инвестиционная деятельность в туризме)» у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и	Этапы формирования компетенции
-------	--------------------------------

<b>формулировка компетенции</b>						
ПК-5 способность оценке инновационно- технологических рисков туристской индустрии;	-	к	в	Знает	- приемы использования инвестиционной деятельности в туризме	
				Умеет	- анализировать инновационно-технологических риски в туристской индустрии;	
				Владеет	- базовыми знаниями по математике и экономике, информатике, необходимыми для осуществления проектной деятельности в туризме.	
ПК-6 способность внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	-	к		Знает	- современные системы стандартизации в туристской индустрии;	
				Умеет	- пользоваться современной системой стандартизации в туристской индустрии	
				Владеет	- методами стандартизации, позволяющих интегрировать знания в научную и профессиональную деятельность	
ПК-14 способность разработке внедрению инновационных технологий туристской индустрии	-	к	и	в	Знает	- основные принципы реализации проектов в туристской индустрии;
					Умеет	- основы инвестиционной деятельности в туристском бизнесе.
					Владеет	- прогнозировать различные варианты инвестиционной деятельности в туризме



Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Инвестиционная деятельность в туризме» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

- Собеседование;
- Дискуссии;
- Метод проекта;
- Творческие задания.

## **Annotation to**

### **SYLLABUS MATERIALS for Investment activities in tourism course Master degree programme 43.04.02 International Tourism and Hospitality**

« Investment Activities in Tourism and Hospitality» course provides a variable syllabus of 1 term for the first year master degree students of FEFU Economy and Business School whose professional interests lie within 43.04.02 discipline profile “ International Tourism and Hospitality “

Overall capacity of the discipline contains 3 credit units, 108 hours including 36 hours of practical classroom activities and 72 hours of independent activities.

« Investment Activities in Tourism and Hospitality» course is logically and meaningfully interconnected with other courses of the curriculum such as “Prognosing and Planning in Tourism Activities”, “Managing Tourism and Hospitality Risks”, “Managing Tour Operations”, “ Innovations in Tourism and Hospitality” etc. which constitute the basis for covering theoretical and practical issues of the course.

The meaningful part of the course embraces governmental regulations of investment activities during the process of setting up enterprises for tourist recreational complexes, methodological basis of evaluation of economic efficiency of investments into tourist

recreational complex, methods of financing the investment activities in the sphere of tourism etc.

**The purpose of « Investment Activities in Tourism and Hospitality» course** is acquiring and developing theoretical knowledge of master degree students in the sphere of innovational technologies at tourism enterprises, the choice of the most effective ways of innovations in the production of tourism services as well as increasing competitiveness of the released products.

**The aims of the course are:**

- Research into the main funds and key problems of investments and the investment activities in the sphere of enterprises in tourism and services;
- Studying of the essence and peculiarities of the investment category at macro and micro levels;
- Acquiring contemporary methods of evaluation of investments efficiency and their practical application.

To successfully go into details of studies of the « Investment Activities in Tourism and Hospitality» course master degree students are expected to possess the following pre competences:

- Possessing theoretical basis of project activities, readiness to use them in tourism;
- Preparedness to develop tourism product on the basis of modern technologies;
- Ability to work in a team;
- Ability to self organization and self education.

On completion of this course the students will acquire and master the following competences:

The Code and Competence formulae	Agenda of mouldering competences	
PC -5 Ability to assess innovational and technological risks in services	knows	- ways and methods of using investments activities in tourism
	Is capable of	- evaluating innovational and technological risks in tourism industry;
	Possesses	-basic knowledge in mathematics and economics and information technologies required for practising project activities in tourism.
PC-6 Ability to introduce modern standards systems into tourism industry.	Knows	- Rules and principles of introducing modern standards systems into tourism industry.
	Is capable of	- Using modern system of standards in appropriate situations of tourism activities;
	Possesses	-methods of standards that allow integrate knowledge into scientific and professional
PC -14 Ability to develop and use innovation technologies in services	Knows	- basic principles of realization of projects in tourism industry ;
	is capable of	-making prognoses of different options of investments into tourism business;
	Possesses	- the knowledge of basics of investment activities in tourism.

The methods of learning are communicative.

Forms of activities are mainly classroom based, tutorials and independent students' work and discussions are also envisaged.

Technical means such as CDs, sound files, tape recordings, video courses and films are provided as well.

To develop and consolidate the above competences within the framework of the discipline « Investment Activities in Tourism and Hospitality» such interactive methods of teaching as business role play, simulating professional situations, problem solving activities, Case Studies, method of projects, creativity assignments etc. are regularly used.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Ecological Tourism (Экологический туризм)»**

Учебный курс «Ecological Tourism (Экологический туризм)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Ecological Tourism (Экологический туризм)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (180 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Ecological Tourism (Экологический туризм)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)», «Research Methods (Методы исследования)», «Tourism and Travel Management (Туризм и организация путешествий)», Innovations in Torism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве) и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)», «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», «Global Research Communication (Глобальная научная коммуникация)», «Tourism of impressions (Туризм впечатлений)», Strategic Marketing in Tourism and

Hospitality (Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства).

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические основы экологии и экологического туризма: основные понятия, цели, принципы, методы экологического туризма; объекты и субъекты экологического туризма и экотурпродукта; классификация экологического туризма: понятие, классификация; формирование экологического турпродукта и менеджмент экологического туризма; экологические туристические ресурсы: классификация, распределение в ландшафте. Экологические законы в экотуризме: основные законы и принципы экологии, взаимосвязь экологии и туризма. Мониторинг особо охраняемых природных территорий для устойчивого развития туризма и климатические сдвиги локального и регионального масштабов (методы, анализ трендов, оценка климатических изменений, прогнозы) в контексте устойчивого развития экотуризма.

2. Менеджмент экологического туризма. Инфраструктура как экономическая и экологическая основа туризма на рекреационных территориях и в резерватах: экологическая, транспортная и экономическая основа туризма в природных зонах, методы оценки туристического потенциала для развития инфраструктуры природных территорий; Управление природными территориями для развития экологического туризма: зарубежный опыт. Безопасность экологического туризма.

3. Маркетинг и информационное обеспечение экологического туризма: методы маркетинга для природных туров и экскурсий, структура природного маркетинга, особенности маркетинговых исследований в экологическом туризме, маркетинг заповедников и национальных парков, информационные базы природных ресурсов и развитие территории; коммуникации с местным населением и сохранение ресурсов.

**Цель** изучения дисциплины – усвоение студентами практикоориентированных знаний, формирование умений и практических

навыков в профессиональной области понимание природных законов и влияние антропогенной деятельности на природные процессы, умения использовать знания, применяя управленческие решения и выбирая принципы и методы экологического менеджмента в экотуризме.

#### **Задачи:**

- Исследовать концептуальные основы природных экосистем для развития мультипликативной отрасли туризма на микроуровне; перспектив использования природных ресурсов при организации современных предприятий туристической индустрии;
- Изучить экономико-правовые условия взаимодействия бизнеса, рынка и окружающей среды и закономерности взаимодействия природных экосистем и общества;
- Установить приоритетные направления развития экологического туризма на основе самостоятельных проектных решений;
- Изучить основные методологические подходы к организации устойчивого развития экологического туризма и снижение рисков экологических потерь в результате природных или техногенных катастроф;
- Дифференцировать виды, формы, классификации экологического туризма, особенности их проявления в туристском и гостиничном бизнесе.
- Генерировать практические навыки экспертизы состояния экосистем на выбранной территории, принятия экологических решений, ориентированных на «зеленую экономику», развитие экологического туризма как отрасли с наименьшим воздействием на природные ресурсы.

Для успешного изучения дисциплины «Ecological Tourism (Экологический туризм)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:



- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, логистической, экологической, и (или) туристической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;
- способностью творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности ;
- способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии ;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины «Экологический туризм» у студентов формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	Знает	<p>основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам экологизации и устойчивого развития</p>
	Умеет	<p>осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экологического туризма обоснованно использовать эффективные методы экологического туризма в конкретных бизнес-ситуациях.</p>
	Владеет	<p>профессиональной терминологией в сфере экологического туризма на иностранном языке</p>
<p>ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном,</p>	Знает	<p>основы экологического туризма и методические аспекты разработки и принятия управленческих решений</p>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• умеет оценивать качество окружающей среды для развития территории экотуризма;</li> <li>• адекватно применять правовые акты в конкретных ситуациях на</li> </ul>

региональном, муниципальном (локальном) уровне		основе справочных и правовых программных продуктов; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выбирать инновационные решения в сфере экотуризма</li> </ul>
	Владеет	основными методами экологического туризма, проектирования инновационного экологического тура

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Экологический туризм» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: научные дебаты; моделирование экологических процессов, построение бизнес- процессов.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)»**

Учебный курс «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов) практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (180 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)», «Tourism and Travel Management (Туризм и организация путешествий)», Innovations in Torism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве) и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)», «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», Strategic Marketing in Tourism and Hospitality (Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства).

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Теория и методология экономики впечатлений: Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления, особенности экономики впечатлений, характерные черты, впечатления как предмет экономического анализа.
2. Туризм как направление реализации экономики впечатления: турист и его потребительское поведение. Впечатление как «потребительская цель». Новые потребительские ценности. Туристское пространство – основа формирования туристского впечатления. Тренды в системе глобального туризма.
3. Туристское впечатление как особый туристский продукт. Туристский продукт, услуга, впечатление. Поведенческая компонента туристского опыта. Процесс приобретения туристского опыта. Туристский опыт как условие формирования туристского впечатления. Место впечатлений в системе потребностей. Схема удовлетворения потребности при экономике услуг. Изучение международного опыта по формированию впечатлений.

**Цель** изучения дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области инновации и организации туристских услуг концепции инновационного проектирования, работа с эмоциональной сферой, выявление эмоциональных рынков в туристской индустрии, формирование знаний об основных видах и типах услуг, которые являются инновационными для сферы туризма.

**Задачи:**

- раскрыть основные направления и тренды индустрии туризма;
- дать основополагающие принципы бизнес- планирования;
- сформировать умение оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-

планы создания нового бизнеса;

- способствовать развитию навыков оценки новых рыночных возможностей;
- способствовать освоению и владению методами и приемами;
- способствовать развитию навыков оценки и осуществления технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях.

Для успешного изучения дисциплины «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;
- способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы бизнес-планирования</li> <li>- методики оценки новых рыночных возможностей</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>-находить и оценивать новые рыночные возможности,</li> <li>-формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>-методиками бизнес-планирования,</li> <li>- методиками анализа рыночных возможностей</li> </ul>
ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы составления технико-экономического обоснования инновационных проектов,</li> </ul>
	Умеет	оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях
	Владеет	Методологией генерирования и представления инновационных проектов в индустрии туризма

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), тестирование, кейс-стади.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«International Hospitality Operations Management (Международный**  
**опыт управления отелями) »**

Учебный курс «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» предназначен для студентов для студентов направления подготовки 43.04.02. Туризм «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство) ».

Дисциплина «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» включена в состав вариативной части факультативы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов, в том числе с использованием МАО 9 часов), практические занятия (9 часов, в том числе с использованием МАО 9 часов), самостоятельная работа студентов (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» логически и содержательно связана с такими дисциплинами, как «Economics and Management: Adaptation Course (Экономика и управление: адаптационный курс)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран АТР)» «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» и позволяет подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Обзор и исторические перспективы: глобализация, туризм и сектор гостиничного обслуживания, глобализация и деловой мир, индустрия туризма; появление международных отелей, профили лучших международных сетей, которые берут начало в Америке, связь с авиалиниями; политические аспекты международной индустрии путешествий, туризма и гостеприимства, барьеры к путешествиям,



туристическим инвестициям и ведению бизнеса; необходимость государственной поддержки; международные гостиничные сети и развивающиеся страны.

2. Международные гостиничные инвестиции, разработки и соглашения: финансирование международных отелей, финансовое структурирование гостиничного развития, государственные инвестиционные льготы; выход на мировой уровень, уравнивание глобальных и региональных перспектив, транснациональные, глобальные и многонациональные компании; разработка международного отельного проекта; международные гостиничные контракты и договоры.

3. Трудовые ресурсы и культурное многообразие: понимание культурного многообразия, сотрудничество с иностранными коллегами, деловой протокол; отбор и подготовка руководителей международного класса в сфере гостеприимства, отдельные позиции для иностранцев, прием местных и иностранных граждан на работу, отбор иностранных менеджеров; управление персоналом на международном уровне, комплектация кадров.

4. Работа международных отелей: особенности управления деятельностью международной гостиницы, гостиничная деятельность процесс и управление, управление связями в международном отеле; международные гостиничные классификации и стандарты, проблемы и вопросы международной гостиничной классификации; международный гостиничные продажи и маркетинг, разработка международной маркетинговой стратегии, сегментация, позиционирование продукта.

5. Шаг в будущее: глобальная конкуренция и будущее, долгосрочные тенденции развития туризма, либерализация и свобода торговли, влияние Европейского союза на путешествия и туризм, рост туризма по регионам, развитие транспортной сети, глобальные системы бронирования, альтернативный туризм.

**Цель** – направлена на улучшение понимания студентами концепций, принципов, проблем и практик управления операциями в гостинице.

### **Задачи:**

- Развивать понимание функций управления операциями в любой организации (и в индустрии гостеприимства в частности);
- Понимание важности производительности и конкурентоспособности для организаций;
- Понять важность эффективной производственной и операционной стратегии для организации;
- Понимать различные производственные и операционные проектные решения и их связь с общими стратегиями организаций;
- Возможность критически оценивать операционные структуры отеля и конкретные задачи.

Для успешного изучения дисциплины «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- Готовность воспринимать культуру и обычаи других стран и народов, способность к межкультурной коммуникации в гостиничном бизнесе;
- Стремление к постоянному саморазвитию, совершенствованию своих навыков и умений; умение критически оценивать свои сильные и слабые стороны, способность к бесконфликтной профессиональной деятельности в гостиничном бизнесе;
- Умение понимать социальную значимость своей будущей профессии, имеет высокую мотивацию к профессиональной деятельности в гостиничном бизнесе

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК – 6	Знает	Современные системы стандартизации туристской

способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии		индустрии.
	Умеет	Применять на практике системы стандартизации туристской индустрии.
	Владеет	Способностью внедрять современные системы стандартизации туристской индустрии.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция, презентация кейс-стади, лекция-дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Resortand SPA Indastry (Индустрия СПА и курортов)»**

Учебный курс «Resortand SPA Indastry (Индустрия СПА и курортов)» предназначен для студентов, обучающихся по программе 43.04.02 Туризм "International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство).

Дисциплина «Индустрия СПА и курортов» включена в состав вариативных дисциплин, факультативной части плана.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Resortand SPA Indastry (Индустрия СПА и курортов)» логически и содержательно связана с дисциплинами «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)» и позволяет подготовить студентов к освоению дисциплины «Tourism of impressions (Туризм впечатлений)».

Содержание дисциплины охватывает следующие вопросы: особенности курортной рекреации и исторические аспекты развития СПА индустрии; основные тенденции развития СПА индустрии в оздоровительном туризме, зарубежный и российский опыт, модели СПА; природные ресурсы как основа СПА индустрии, особенности СПА индустрии на современном этапе развития рекреации и туризма.

**Цель** изучения дисциплины – формирование системы теоретических знаний в области современных рекреационных услуг, особенностях СПА индустрии и территориальной организации СПА комплексов.

**Задачи:**

- формирование представления об особенностях организации курортной деятельности в России и за рубежом;
- формирование знаний о факторах, тенденциях и перспективах формирования рынка рекреационного туризма в формате СПА.
- формирование представления об особенностях территориальной организации курортов и СПА-центров в России и за рубежом;

Для успешного изучения дисциплины «Resort and SPA Industry (Индустрия СПА и курортов)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса
- способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса;
- способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 способностью формировать программы комплексного туристского развития территорий с учетом кластерного подхода на основе использования результатов научных исследований	Знает	отечественные и зарубежные модели организации курортной деятельности. модели поведения рекреанта при выборе курортного продукта ресурсную базу территориальной организации СПА центров.
	Умеет	формировать программы территориальной организации рекреационных зон с использованием кластерного подхода.
	Владет	технологией формирования программ комплексного развития рекреационных территорий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Resortand SPA Indastry (Индустрия СПА и курортов) » применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция-дискуссия, семинар-дискуссия, кейс-технологии.