

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве»

Учебный курс «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» предназначен для магистрантов по направлению 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены практические занятия (36 час., в том числе 36 час. с использованием МАО), самостоятельная работа (180 час., в том числе 36 час. на подготовку к экзамену). Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» входит состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)», реализуется в первом семестре 1 курса магистратуры.

Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» логически и содержательно связана с такими дисциплинами учебного плана, как «Инновации в туризме и гостеприимстве».

Содержание дисциплины: российский туризм включается в конкурентную борьбу на мировом туристском рынке. Этому способствует обмен информацией, включающий саму информацию и способы ее передачи. Широкая профессиональная, коммуникативная подготовка, проблемы общения являются одним из наиболее «узких» мест в общей системе профессиональной подготовки кадров для туристской отрасли. В этом процессе имеется ряд факторов, негативно влияющих на жизнедеятельность российских туристских организаций, коммуникационную составляющую.

Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» предназначена для формирования у студентов знания о специфике этикета делового общения, умения вступать в диалог, знать специфические особенности психологической культуры, правила и законы межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма, владеть воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс, оптимально

использовать визуальные коммуникации в туристской отрасли, знать реалии и перспективы коммуникационного менеджмента, влиять на формирование поведенческих норм туристов за рубежом, владеть нормами поведения в различных ситуациях, формировать имидж турфирмы; обладать знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимать специфику рекламы, PR в туристской деятельности, владеть способами коммуникации на практике

Рабочая программа учебной дисциплины разработана с учетом позитивного опыта зарубежных стран в оптимальном использовании возможностей коммуникаций на основе анализа потребностей в знаниях и навыках в условиях российской экономики.

Целью изучения дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» является изучение и овладение знаниями о специфике влияния коммуникационного процесса.

Задачи дисциплины:

- овладение основами этикета и делового общения; умением вступать в диалог, знание специфических особенностей психологической культуры;
- знание правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма; овладение воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс;
- оптимальным использованием визуальных коммуникаций в туристской отрасли; знание реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм туристов за рубежом;
- владение нормами поведения в различных ситуациях, формирования имидж турфирмы;
- овладения знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров;
- понимание специфики рекламы, PR в туристской деятельности; владение способами коммуникации на практике, специальной лексикой

индустрии туризма, речевыми фразами, необходимыми в работе специалиста сферы туризма;

•формирование систематизированных знаний о нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях; умения научиться вести беседу в пределах тематики, связанной с туризмом и гостеприимством.

Для успешного изучения дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» у магистрантов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции – знания о специфике этикета делового общения, умения вступать в диалог, знания специфических особенностей психологической культуры, правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма, владение воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс, оптимальное использование визуальных коммуникаций в туристской отрасли, знание реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм туристов за рубежом, владения нормами поведения в различных ситуациях, формирования имиджа турфирмы; обладания знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимания специфики рекламы, PR в туристской деятельности, владение способами коммуникации на практике, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях, способность к коммуникации в устной и письменной форме для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 –находить и оценивать методики оценки качества и результативности труда	Знает	Основные формы и методы оценки качества и результативности труда персонала

персонала предприятия туристской индустрии	Умеет	Выполнять аналитические и организационные работы в рамках разработки методики оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии
	Владеет	Навыками эффективного участия в методиках оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии
ПК-8-способностью формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию, формировать активную политику оценки рисков и формулировки оценки рисков предприятий туристской индустрии	Знает	Последствия реализуемой эффективной стратегии, формирование активной политики оценки рисков и формулировки оценки рисков предприятий туристской индустрии
	Умеет	Проектировать эффективную стратегию, анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями предприятия с точки зрения создания общей ценности
	Владеет	Методами оценки результатов деятельности предприятий туризма, осуществлением технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном, (локальном уровне) уровне)
ПК-9-способностью оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном уровне) уровне)	Знает	Уровни новизны туристского и продукта
	Умеет	Проводить анализ инновационных проектов, сегментированных по географическому и административному принципам
	Владеет	Методами сбора идей для новых продуктов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» применяются следующие

методы активного/ интерактивного обучения: защита практических работ, деловые игры, кейс-задачи, реферат.