

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, магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены практические занятия (36 час., в т.ч. МАО 36 час.) самостоятельная работа (72 час., в т.ч. на подготовку к экзамену 36 час.). 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 «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Управление в индустрии гостеприимства», «Управление гостевым сервисом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Деловая коммуникация (Business Communication)», «Экономика впечатлений», «Туризм впечатлений».

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 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: (ОПК-3, ОПК-7, ПК-7).

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	3.1	- владеет правовыми и нормативными документами, регламентирующие туристскую деятельность;
	3.2	- анализирует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности;
	3.3	- организует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности.
ОПК-7 - Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	7.1	- понимает теорию и методологию коммуникационных составляющих, используемых в туристской практике, основные тенденции и направления, качественные характеристики коммуникаций, используемых в туристском бизнесе
	7.2	- оценивает достоинства того или иного коммуникационного канала; применяет те или иные коммуникационные каналы для улучшения качества туристской продукции и услуг
	7.3	- владеет навыками организации и проведения рекламной, PR - деятельности, рационального использования медийных каналов, межличностных коммуникаций и др;
ПК-2 – Способен формировать кадровую политику туристского предприятия	2.1	Изучает приоритетные направления развития туризма в РФ; Обеспечивает эффективную систему управления персоналом и качеством обслуживания туристов.
	2.2	Проводит бизнес-планирование работы. Планирует и организывает маркетинговые исследования и анализирует результаты деятельности подразделения.
	2.3	Проводит инструктаж работников отдела с целью обеспечения качества продаваемых туристских продуктов и предоставляемых услуг. Контролирует работу отделов, статистическую отчетность, соблюдение трудовой дисциплины.

	2.4	Своевременно определяет необходимость инноваций. Создает и использует в работе систему мотивации и дисциплинарной ответственности работников. Соблюдает протокол и этикет.
--	-----	--

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.