



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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

«10» июня 2019 г.

**Сборник  
аннотаций рабочих программ дисциплин**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**43.04.02 Туризм**

**Программа академической магистратуры**

**Магистерская программа: «Экономика впечатлений:  
индустрия туризма и гостеприимства»**

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток  
2019

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«Skills for study in Economics and Management**  
**(Академические навыки в области экономики и менеджмента)»**

Учебный курс «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» предназначен для студентов магистратуры первого курса, направления 43.04.02 Туризм, программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (72 часов, в том числе МАО 72 часов), самостоятельная работа студентов (180 часа, в том числе 72 часа на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 и 2 курсах, в 1, 2 и 3 семестрах.

Дисциплина «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплины «Иностранный язык», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Критическое мышление и исследования», «Глобальная научная коммуникация», «Научно-исследовательский семинар».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: навыки презентации, академическая корреспонденция, подготовка к выступлению на конференции, подготовка заявки на грант, чтение и написание аннотаций к статьям, написание эссе, навыки активного слушания и ведения дискуссии, навыки межкультурного взаимодействия в иноязычной академической среде.

**Цель** – формирование и развитие у магистрантов академических умений и навыков, необходимых для научно-исследовательской и учебной работы в российском и зарубежном контексте и для осуществления межкультурной коммуникации в интернациональных академических сообществах.

**Задачи:**

- формирование иноязычного терминологического аппарата обучающихся (в академической среде);
- развитие навыков устной и письменной речи в ситуациях межкультурного общения в академической среде;
- развитие дискурсивной компетенции (дальнейшее развитие навыков построения целостных, связных и логичных высказываний (дискурсов) разных функциональных стилей в устной и письменной коммуникации);
- формирование у магистрантов представления о коммуникативном поведении в различных ситуациях общения ( в академической среде);
- развитие социальной компетенции (совершенствование умения использовать вербальные и невербальные стратегии для компенсации пробелов, связанных с недостаточным владением языком);
- формирование у обучающихся системы понятий и реалий, связанных с профессиональной деятельностью в области экономики и менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- 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.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знает	Нормы устной и письменной речи на русском и иностранном языках; основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, принципы ведения дискуссии и полемики; правила делового этикета; интонационного оформления высказываний разного типа; грамматические правила и модели, позволяющие понимать достаточно сложные тексты и грамотно строить собственную речь в разнообразных видовременных формах и в различной модальности
	Умеет	Составить текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности; составлять аннотации и рефераты на иностранном языке
	Владеет	Приемами эффективной речевой коммуникации; навыками делового этикета; навыками реферирования и аннотирования текстов на английском языке; навыками ведения дискуссии на английском языке на общекультурные и общенаучные темы
ПК-7 владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской	Знает	Подходы к оценке профессиональной деятельности в области туристской индустрии, а также специальную англоязычную терминологию для описания и обсуждения данных подходов
	Умеет	Описывать тренды в сфере управления персоналом туристской индустрии; сравнивать тренды и подходы к оценке качества труда персонала туротрасли России и зарубежных странах, в рамках изученного

индустрии		языкового материала и в контексте академических задач
	Владеет	Навыками оценки качества труда персонала гостиницы с использованием англоязычной терминологии
ПК-11 готовность использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере туризма	Знает	Современные тренды научно-исследовательской деятельности в области туризма; основные способы и средства получения, обобщения и анализа научной, справочной, статистической и иной информации в сфере туризма
	Умеет	Искать, анализировать и обобщать информацию на английском языке о новейших достижениях и исследованиях, полученную из зарубежных баз данных; сравнивать и описывать тренды в своей профессиональной области знаний, используя соответствующие языковые средства
	Владеет	Навыками отбора, интерпретации и презентации информации с использованием соответствующей англоязычной терминологии; способами пополнения профессиональных знаний на основе использования оригинальных источников

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: Ice breaking, Write/Pair/Share, Discussion, Rotating Discussion, Peer feedback, Debriefing, Mind Mapping, Role-play, Jigsaw, Press conference with celebrity, Clustering, Peer assessment, Fishbone strategy, Memory game, Crossword puzzle, Fish bowl, Snowballing, Optimist/Pessimist debate, Unscramble, True or false, Pro and con, One-sentence summary, Bingo, Brainstorming, Share brainstorming, Bumper stickers, Aquarium, Snowflake, Six thinking heads.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика»**

Учебный курс «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика» входит в состав обязательной части дисциплин учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 48 часов: лекционные занятия – 14 часов, практические занятия – 34 часа, самостоятельная работа – 60 часов, в том числе контроль – 45 часов. Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика» основывается на знаниях дисциплин: ««Зеленые» инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства», «Коммуникации в туризме и гостеприимстве», «Управление гостевым сервисом» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Методы исследования», «Стратегическое планирование в туризме», «Экономика туризма и путешествий», «Туризм впечатлений», «Правовые основы организации туристского бизнеса»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: структура регионального туристско-гостиничного комплекса; учёт результатов туристской деятельности; отраслевые и региональные особенности туристской и гостиничной деятельности; особенности функционирования рынков туристских и гостиничных услуг; экономический анализ функционирования туристско-гостиничного комплекса региона.

**Цель дисциплины** – формирование универсальной компетенции, связанных с формированием лидерских качеств, позволяющих организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения цели обеспечения устойчивого развития туризма и гостеприимства.

**Задачи:**

- ознакомление с основными понятиями в экономике туризма и гостеприимства;
- изучение отраслевых и региональных особенностей функционирования рынка туристских и гостиничных услуг;
- изучение требований к ценообразованию в туризме и гостеприимстве;
- овладение основами проведения экономического анализа функционирования туристско-гостиничного комплекса региона.

Для успешного изучения дисциплины «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами проектной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды,	3.1	Умеет проводить экономический анализ развития регионального / национального туристско-гостиничного комплекса

вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	3.2	Выявляет ключевые направления повышения эффективности функционирования регионального / национального туристско-гостиничного комплекса
	3.3	Организует работу команды по разработке проектов, направленных на повышение роли сферы туризма и гостеприимства в социально-экономическом развитии региона

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины Деловая коммуникация (Business Communication)**

Учебный курс «Деловая коммуникация (Business Communication)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»

Дисциплина «Деловая коммуникация (Business Communication)» включена в состав обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (72 час), самостоятельная работа (108 часов, в том числе на контроль 27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1,2 семестрах.

Дисциплина «Деловая коммуникация (Business Communication)» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Коммуникации в туризме и гостеприимстве», «Стандарты гостиничного сервиса», «Глобальная научная коммуникация», и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Туризм впечатлений», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», и гостеприимстве» подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

Успех работы с клиентами. Интернет услуги. Успешные сайты. Профессии клерка на приеме, туристического агента, курортного представителя, консьержа, менеджера отеля, шеф-повара, работников кухни, менеджера ресторана, официанта, бармена, швейцара, портье, метрдотеля, горничных, работников технических служб и др., включающих в себя коммуникативные навыки. Характеристики, присущи успешным интернет службам. Реклама профессий. Положительные и отрицательные примеры обслуживания клиентов. Опросы клиентов. Встречи на деловых мероприятиях. Эффективные презентации. Советы вебсайтов служащим, работающим с клиентами. Язык общения. Язык жестов. Способы выражения просьбы помочь, подождать, прояснить ситуацию. Визит в компанию. Знакомство. Приветствия.

Общий разговор. Предложение услуг. Завершение общения. Персонал компании, служба приема и обслуживания, служба управления персоналом, информационная служба, средний персонал компании. Контакты с клиентами по телефону. Правила разговора с клиентами. Успех работы центров связи с клиентами.

**Цель дисциплины** – изучение 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 «Деловая коммуникация (Business Communication)» 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.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
<p><b>УК-6</b> - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p><b>УК-3.1.</b> определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p><b>УК-3.2.</b> при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3</b> анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК- 3.4.</b> осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5</b> соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>
<p><b>УК-4</b> - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p><b>УК-4.1</b> выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2</b> ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>УК-4.3</b> ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий</p> <p><b>УК-4.4</b> выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;</p> <p><b>УК-4.5</b> публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p><b>УК-4.6</b> устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>
<p><b>ОПК-7</b>-Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам</p>	<p><b>ОПК-7.1</b>-разрабатывает программы дополнительного образования на английском языке</p> <p><b>ОПК-7.2</b>- организует профессиональные тренинги на предприятии индустрии гостеприимства</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Деловая коммуникация (Business Communication)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: Case Study, деловая игра (имитация ситуаций), проблемное обучение.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Развитие туристских территорий»**

Учебный курс «Развитие туристских территорий» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и впечатлений».

Дисциплина «Развитие туристских территорий» входит в состав обязательной части дисциплин учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 36 часов: лекционные занятия – 36 часов, самостоятельная работа – 72 часа, в том числе контроль – 36 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Развитие туристских территорий» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Методы исследования», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Глобальная научная коммуникация», «Правовые основы организации туристского бизнеса», «Экономика туризма и путешествий» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Стратегическое планирование в туризме», «Туризм впечатлений»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: опыт функционирования туристско-гостиничных комплексов в странах АТР; оценка влияния туристских комплексов на социально-экономическое развитие страны/региона, особенности регулирования развитием туристских комплексов.

**Цель дисциплины** – формирование общепрофессиональных компетенций, связанных с управлением развития туристских комплексов страны/региона.

### Задачи:

- ознакомление с основными понятиями в сфере регулирования развития туризма;
- изучение национальных и региональных программ развития туризма;
- изучение опыта регулирования развития туризма в странах АТР;
- овладение основами проведения анализа влияния туризма на социально-экономическое развитие региона.

Для успешного изучения дисциплины «Развитие туристских территорий» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами интернет-технологий для поиска и анализа информации.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующие общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	1.1	Проводит экономический анализ развития регионального / национального туристского комплекса
	1.2	Выявляет ключевые направления повышения эффективности функционирования регионального / национального туристского комплекса
	1.3	Применяет технологические новации и программные технологии в разработке мер по развитию туризма

ОПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	2.1	Анализирует состояние уровня программного обеспечения в туризме
	2.2	Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
	2.3	Организует разработку программ по развитию туристских дестинаций

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Развитие туристских территорий» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Методы исследования»**

Учебный курс «Методы исследования» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Методы исследования» входит в состав обязательной части дисциплин учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 54 часа: лекционные занятия – 9 часов, практические занятия – 18 часов, лабораторные работы – 27 часов, самостоятельная работа – 54 часа, в том числе контроль – 36 часов. Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Методы исследования» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Глобальная научная коммуникация», ««Зеленые» инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Методы исследования», «Стратегическое планирование в туризме», «Экономика туризма и путешествий», «Туризм впечатлений», «Правовые основы организации туристского бизнеса»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: теоретические и практические аспекты организации научных исследований рынков туристских и гостиничных услуг, понятие научной методологии; методы, виды, формы организации научных исследований; особенность проведения научных исследований в сфере туризма и гостеприимства.

**Цель дисциплины** – формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций, связанных с проведением научных исследований рынков туристских и гостиничных услуг.

**Задачи:**

- сформировать понятийный аппарат, составляющий основу проведения научных исследований;
- изучить основные методологические подходы к организации исследования рынков туристских и гостиничных услуг;
- овладеть основными методами проведения научных исследований в сфере туризма и гостеприимства.

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

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами проектной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие универсальные и общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	2.1	Владеет основными понятиями в сфере проектной деятельности
	2.2	Формирует команду проекта, разрабатывает проектный инструментарий
	2.3	Организует работу команды по разработке проектов, направленных на повышение роли туризма в социально-экономическом развитии региона или проектов в конкретной туристской организации



ОПК-6 Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	6.1	Знает основные методы проведения научных исследований в туризме
	6.2	Формирует программу проведения научных исследований в туризме
	6.3	Анализирует и обобщает результаты проведенных исследований

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Методы исследования» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона»**

Учебный курс «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» входит в состав обязательной части дисциплин учебного плана.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 36 часов: лекционные занятия – 18 часов, практические занятия – 18 часов, самостоятельная работа – 72 часа. Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» основывается на знаниях дисциплин: ««Зеленые» инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства», «Коммуникации в туризме и гостеприимстве», «Управление гостевым сервисом» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Методы исследования», «Стратегическое планирование в туризме», «Экономика туризма и путешествий», «Туризм впечатлений», «Правовые основы организации туристского бизнеса»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: изучение теоретического и практического материала, характеризующего современное состояние туристской деятельности и гостиничного бизнеса в странах АТР, анализ современного состояния и выявлении тенденций развития туристских дестинаций стран АТР.

**Цель дисциплины** – формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций, связанных с формированием аналитических навыков исследования рынков туристских услуг в странах АТР.

### Задачи:

- сформировать понятийный аппарат, составляющий основу региональных рыночных процессов в сфере туризма;
- изучить основные методологические подходы к организации исследования рынка туристских услуг;
- проанализировать опыт развития рынков туристских услуг в странах АТР.

Для успешного изучения дисциплины «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами проектной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующая универсальная компетенция:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	5.1	Владеет навыками проведения анализа рынков туристских услуг
	5.2	Знает особенности национальных особенностей и культур народов стран АТР
	5.3	Разрабатывает мероприятия и программы в сфере туризма с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые страте-	4.1	Знает основы маркетинга и особенности применения маркетинговых методов в туризме

гии и программы в сфере туризма	4.2	Разрабатывает программы проведения маркетинговых исследований в туризме
	4.3	Анализирует и обобщает результаты проведённых маркетинговых исследований

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Специализированные виды туризма»**

Дисциплина «Специализированные виды туризма» предназначена для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Специализированные виды туризма» входит в состав обязательных дисциплин вариативной части.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов) и практические занятия (36 часов), в том числе 18 с использованием МАО, самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Специализированные виды туризма» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Управление гостевым сервисом» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин как «Развитие туристских территорий», «Туризм впечатлений».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: методические подходы к классификации в сфере туризма, ключевые особенности различных видов туризма, характеристика территорий и регионов распространения специализированных видов туризма, вопросы формирования программ для различных видов туризма.

**Цель** - расширение и углубление теоретических знаний в сфере специализированных видов туристской деятельности, формирование умений, навыков и соответствующих компетенций по эффективной организации и управлению специализированными видами туризма.

### **Задачи:**

- усвоение сущности и структуры специализированных видов туризма;

- изучение территорий и регионов распространения специализированных видов туризма;

- освоение технологии и организации специализированных видов туризма.

Для успешного изучения дисциплины «Специализированные виды туризма» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
- готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;

- способность разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма;

- способность осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам;

- способность формировать кадровую политику туристского предприятия

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

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
ОПК-3.Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК-3.1.Оценивает качество предоставляемых туристских услуг в соответствии с требованиями потребителя ОПК-3.2. Обеспечивает оказание туристских услуг в соответствии с заявленным качеством ОПК-3.3. Разрабатывает и внедряет основные положения системы менеджмента качества на основе международных и национальных стандартов

<p>ПК-3. Способен разрабатывать новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию</p>	<p>ПК-3.1- Анализирует туристские ресурсы для формирования специализированных туристских продуктов  ПК-3.2. Разрабатывает новые туристские продукты, соответствующие требованиям туристской индустрии  ПК-3.3. Выявляет приоритетные направления развития туристской индустрии на региональном уровне  ПК-3.5 Оформляет необходимую, нормативно-правовую документацию</p>
--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Специализированные виды туризма» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод «круглого стола», дидактические игры, метод проекта.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Критическое и проектное мышление»**

Учебный курс «Критическое и проектное мышление» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02. Туризм. Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма.

Дисциплина «Критическое и проектное мышление» включена в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 час.), практические занятия (40 часов), самостоятельная работа студентов (96 час). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Курс критическое и проектное мышление предназначен для поддержки научно-исследовательской работы (в формате проектной деятельности) магистранта.

Дисциплина позволяет подготовить студентов к проектной деятельности, а также к прохождению практик, в том числе научно-исследовательской работы, участием в научно-исследовательском семинаре, к прохождению учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков; к подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины «Критическое и проектное мышление» состоит из 2 разделов и охватывает следующий круг вопросов:

**Критическое мышление (12 контактных часов):** Содержательные элементы, структура и стратегии чтения научных текстов. Тезис. Методы выстраивания аргументации.

**Проектное мышление (36 контактных часов):** Понятие и смысл проектной деятельности. Инструментарий управления содержанием и



сроками проекта. Управление коммуникациями и заинтересованными сторонами проекта, риски проекта Инструментарий адаптивного проектного управления. Приемы презентации проектов различных типов и масштабов.

**Цель** курса критическое и проектное мышление – обеспечить развитие и закрепление у магистрантов компетенций и навыков по научно-исследовательской работе, представлению ее результатов в письменной и устной форме, эффективным публичным выступлениям, научной дискуссии и результативным коммуникациям.

**Задачи:**

- проведение профориентационной работы среди магистрантов, позволяющей выбрать направление и тему исследования;
- ознакомление магистрантов с актуальными проблемами в области различных направлений современной экономики и менеджмента;
- формирование умений использовать инструменты и методы проектной деятельности, современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;
- формирование у магистрантов навыков коллективной работы, ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- обсуждение проектов и исследовательских работ магистрантов;
- обеспечение широкого обсуждения научно-исследовательской работы магистранта с привлечением работодателей и ведущих исследователей для оценки уровня приобретенных знаний, умений, сформированных компетенций и готовности к производственной деятельности;
- приобретение этических навыков публичного обсуждения и ведения научной дискуссии.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	знает	Основные подходы к поиску научной и профессиональной информации
	умеет	Критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных источников для обоснования собственной позиции
	владеет	Навыками выявления новых предметных областей, противоречий и выработки альтернативных решений на основе анализа информации из различных источников
УК-6 Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	знает	Инструменты управления проектом
	умеет	Планировать деятельность всех участников на разных этапах жизненного цикла проекта
	владеет	Применять инструменты управления проектом в целях достижения целей проекта и его продуктивных результатов
ПК-5 Способен определить миссию и цели развития гостиничного комплекса, отражающие интересы собственников, заинтересованных сторон	знает	Принципы поиска, отбора и критического анализа информации о векторах и факторах развития гостиничного бизнеса
	умеет	Проводить анализ стейкхолдеров, угроз и возможностей развития гостиничного комплекса
	владеет	Генерировать и применять идеи в новых, нестандартных ситуациях и контекстах, определять альтернативные способы решения задач, создавать новые связи между объектами и явлениями

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **«Глобальная научная коммуникация»**

Учебный курс «Глобальная научная коммуникация» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Глобальная научная коммуникация» включена в состав обязательной 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 (72 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Глобальная научная коммуникация» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Деловая коммуникация (Business Communication)», «Коммуникации в туризме и гостеприимстве», «Научно-исследовательская работа».

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** – 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 выработать 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает	– методологию системного подхода, основы критического анализа
	Умеет	– критически оценивать проблемную ситуацию
	Владеет	– способностью применять системный подход к решению проблемных ситуаций
УК-3 способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знает	– распределение ролей в команде, особенности групповой динамики;
	Умеет	– организовать деятельность команды в зависимости от цели, использовать активное слушание;
	Владеет	– способностью выявлять особенности членов команды и назначать роли в зависимости от способностей; – организовывать работу команды с учетом особенностей работы в группе.
УК-4 способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает	– нормы устной и письменной речи на русском и иностранном языках, основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей; – грамматические правила и модели, позволяющие понимать достаточно сложные тексты и грамотно строить собственную речь.
	Умеет	– составить текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; – составлять аннотации и рефераты на иностранном языке.
	Владеет	– грамотной письменной и устной речью на русском и иностранном языках; – приемами эффективной речевой коммуникации; – навыками ведения беседы на иностранном языке на общекультурные и общенаучные темы.
ОПК-6 способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных	Знает	– подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере туризма и гостеприимства
	Умеет	– планировать научные и прикладные исследования в зависимости от решаемой задачи

исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	Владеет	– способностью применять современные подходы для решения исследовательских задач
ПК-5 способен применять профессиональные знания технологического или методического характера, в том числе, инновационные для анализа и оценки профессиональной информации	Знает	– методы классификации профессиональной информации; – подходы к анализу и оценке профессиональной информации
	Умеет	– критически оценивать информацию; – выявлять некорректную информацию; – определять подходы к анализу и оценке профессиональной информации
	Владеет	– инструментами анализа профессиональной информации; – основами работы с профессиональными интернет порталами; – способностью подбирать источники информации в зависимости от задачи.

## **Аннотация к рабочей программе**

### **Научно-исследовательского семинара (проектного семинара)**

Научно-исследовательский семинар (проектный семинар) предназначен для студентов по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм».

Научно-исследовательский семинар (проектный семинар) включен в состав обязательной части, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (72 часов, в том числе МАО – 18 часов), самостоятельная работа (72 часов). Дисциплина реализуется на 1 и 2 курсах во 3 семестре во 2-ом и 3-ем семестрах.

Научно-исследовательский семинар логично связан со следующими дисциплинами: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Методы исследования», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: влияние ценовой политики на уровень продаж гостиничного продукта; лояльность клиентов и программы ее повышения; сегментный анализ гостиничного рынка и организация позиционирования продукта отеля.

**Цель** научно-исследовательского семинара – обеспечить развитие и накопление специальных навыков по научно-исследовательской работе, представлению ее результатов в письменной и устной форме, эффективным публичным выступлениям, научной дискуссии и результативным коммуникациям.

#### **Задачи:**

– проведение профориентационной работы среди магистрантов, позволяющей выбрать направление и тему исследования;

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления у магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

- умение вести научную дискуссию, владеть нормами научного стиля современного русского языка;

- формирование умений вести свободную научную и профессиональную коммуникацию в иноязычной среде;

- формирование навыков академической работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ;

- формирование навыков проведения научно-исследовательской, информационно-аналитической и информационно-библиографической деятельности с привлечением современных технологий;

- формирование умений использовать технологии поиска и анализа информации, сбора, обработки и анализа статистических и эмпирических данных;

- формирование навыков презентации исследовательских результатов в виде отчетов, аналитических записок, докладов, тезисов и статей, оформленных в соответствии с современными требованиями.

Для успешного прохождения научно-исследовательского семинара, у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

- углубления и расширения теоретических знаний;

- формирования умения работать с различными видами информации, умения использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

- развития познавательных способностей студентов;

- формирования таких качеств личности, как ответственность и



организованность, самостоятельность мышления, способность к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

В результате прохождения научно-исследовательского семинара у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	
УК-1 - способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	- владеть навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;
	УК-1.2	- владеть навыками организации сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды гостиничного комплекса, необходимой для принятия стратегических и оперативных управленческих решений;
	УК-1.3	- владеть навыками руководства по подготовки предложений по формированию и совершенствованию гостиничного продукта в соответствии с изменением конъюнктуры;
УК-6 - способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1	- владеть методиками стратегического и ситуационного анализа и оценки результатов деятельности гостиничного комплекса;
	УК-6.2	- применять техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте;
	УК-6.3	- владеть навыками создания и ведения баз данных по различным показателям деятельности гостиничного комплекса;
ПК-5 - способен определить миссию и цели развития гостиничного комплекса, отражающие интересы собственников, заинтересованных сторон	ПК-2.1	- владеть навыками выявления проблемы развития гостиничного комплекса;
	ПК-2.2	- применять технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;
	ПК-2.3	- владеть навыками статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничного предприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках научно-исследовательского семинара применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: case-study– метод конкретных ситуаций, круглый стол с обсуждением конкретных ситуаций, семинары, дискуссии.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление рисками в туризме»**

Учебный курс «Управление рисками в туризме» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Управление рисками в туризме» входит в состав дисциплин учебного плана, формируемых участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 72 часа: лекционные занятия – 36 часов, практические занятия – 36 часов, самостоятельная работа – 144 часа, в том числе контроль – 45 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Управление рисками в туризме» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Методы исследования», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Глобальная научная коммуникация», «Правовые основы организации туристского бизнеса», «Экономика туризма и путешествий» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Стратегическое планирование в туризме», «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства», «Развитие туристских территорий»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: понятие рисков в предпринимательской деятельности, влияние отраслевых и региональных особенностей туристской деятельности на разработку программ риск-менеджмента, оценка влияния рисков на эффективность туристской деятельности, методы оценки рисков, развитие теории рисков.

**Цель дисциплины** – формирование универсальных и профессиональных компетенций, связанных с разработкой и реализацией мероприятий риск-менеджмента в сфере туризма.

**Задачи:**

- ознакомление с основными понятиями в сфере риск-менеджмента;
- исследование отраслевых и региональных особенностей туризма при разработке программ риск-менеджмента;
- изучение опыта разработки программ риск-менеджмента в сфере туризма в мире;
- овладение основами проведения оценки влияния рисков на развитие туризма.

Для успешного изучения дисциплины «Управление рисками в туризме» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами интернет-технологий для поиска и анализа информации по факторам риска в туризме.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующие универсальные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	1.1	Проводит анализ развития регионального / национального туристского комплекса
	1.2	Выявляет проблемные факторы функционирования регионального / национальных туристских комплексов

	1.3	Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывает стратегию действий по развитию туризма
ПК-1 Способен формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия	1.1	Анализирует и оценивает уровень риска при организации туристской деятельности
	1.2	Выявляет приоритеты развития и разрабатывает стратегические направления риск-менеджмента для туристской организации
	1.3	Оценивает риски в работе туристской организации

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Управление рисками в туризме» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Стратегическое планирование в туризме»**

Учебный курс «Стратегическое планирование в туризме» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Стратегическое планирование в туризме» входит в состав дисциплин учебного плана, формируемых участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 54 часа: лекционные занятия – 18 часов, практические занятия – 36 часов, самостоятельная работа – 54 часа, в том числе контроль – 36 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Стратегическое планирование в туризме» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Методы исследования», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Глобальная научная коммуникация», «Правовые основы организации туристского бизнеса», «Экономика туризма и путешествий» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление рисками в туризме», «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства», «Развитие туристских территорий»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: понятие планирования, виды, формы планирования, влияние отраслевых и региональных особенностей туристской деятельности на разработку стратегий развития туризма, анализ стратегий развития туризма в РФ на национальном и региональном уровнях, международный опыт стратегического планирования в туризме.

**Цель дисциплины** – формирование универсальных, профессиональных и общепрофессиональных компетенций, связанных с разработкой и реализацией стратегий развития туризма.

**Задачи:**

- изучение основных понятий в сфере стратегического планирования;
- исследование отраслевых и региональных особенностей туризма при разработке стратегий развития туризма;
- изучение опыта разработки стратегий развития туризма в РФ;
- изучение опыта разработки стратегий развития туризма в мире.

Для успешного изучения дисциплины «Стратегическое планирование в туризме» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами интернет-технологий для поиска и анализа информации по стратегическому планированию развития туризма.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующие универсальные, профессиональные и общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	1.1	Проводит анализ развития регионального / национального туристского комплекса
	1.2	Выявляет проблемные факторы функционирования регионального / национальных туристских комплексов

	1.3	Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывает стратегию действий по развитию туризма
ОПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	2.1	Анализирует состояние уровня программного обеспечения в туризме
	2.2	Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
	2.3	Организует разработку программ по развитию туристских дестинаций
ПК-2 Способен формировать кадровую политику туристского предприятия	2.1	Анализирует и оценивает уровень квалификации персонала в туристской организации
	2.2	Выявляет недостающие компетенции персонала туристской организации
	2.3	Разрабатывает мероприятия, направленные на совершенствование кадровой политики в туристской организации

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Стратегическое планирование в туризме» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Стратегический маркетинг в индустрии туризма и  
гостеприимства»**

Учебный курс «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» входит в состав дисциплин учебного плана, формируемых участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 36 часа: практические занятия – 36 часов, самостоятельная работа – 180 часов, в том числе контроль – 45 часов. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Методы исследования», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Глобальная научная коммуникация», «Правовые основы организации туристского бизнеса», «Экономика туризма и путешествий» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление рисками в туризме», «Стратегическое планирование в туризме», «Развитие туристских территорий»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: понятие стратегического маркетинга, виды, формы проведения маркетинговых исследований в туризме, влияние отраслевых и региональных особенностей туристской деятельности на разработку маркетинговых стратегий в туризме, анализ существующих маркетинговых стратегий в туризме на национальном



и региональном уровнях в РФ, международный опыт организации стратегического маркетинга в туризме.

**Цель дисциплины** – формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций, связанных с разработкой и реализацией маркетинговых стратегий в туризме.

**Задачи:**

- изучение основных понятий в сфере стратегического маркетинга;
- исследование отраслевых и региональных особенностей туризма при разработке маркетинговых стратегий развития туризма;
- изучение опыта разработки маркетинговых стратегий развития туризма в РФ;
- изучение опыта разработки маркетинговых стратегий развития туризма в мире.

Для успешного изучения дисциплины «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения маркетингового анализа;
- владение основами интернет-технологий для поиска и анализа информации по стратегическому маркетингу в туризме.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующие универсальные и общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных си-	1.1	Проводит анализ развития регионального / национального туристского комплекса

туаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	1.2	Выявляет проблемные факторы функционирования регионального / национального туристских комплексов
	1.3	Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывает стратегию действий по развитию туризма
ОПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	2.1	Анализирует состояние уровня программного обеспечения в туризме
	2.2	Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
	2.3	Организует разработку программ по развитию туристских дестинаций
ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	4.1	Знает основы маркетинга и особенности применения маркетинговых методов в туризме
	4.2	Разрабатывает программы проведения маркетинговых исследований в туризме
	4.3	Анализирует и обобщает результаты проведённых маркетинговых исследований

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Правовые основы организации туристского бизнеса»**

Учебный курс «Правовые основы организации туристского бизнеса» предназначен для студентов 1-го курса по направлению 43.04.02 Туризм, магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Правовые основы организации туристского бизнеса» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе с использованием МАО 9 часов), самостоятельная работа (72 час , в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Правовые основы организации туристского бизнеса» логически и содержательно связана с таким курсом как «Экономика и управление: адаптационный курс», «Планирование в туризме и гостеприимстве»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением и применением законодательства, регулирующего отношения в сфере гостиничного и туристского бизнеса; источники права, регулирующие отношения в сфере туристского бизнеса; правовое регулирование туристских формальностей; правовое регулирование страхования в сфере туристского бизнеса; правовое регулирование договорных отношений в сфере туристского бизнеса; правовое регулирование транспортного обеспечения в сфере туризма; умение разрешать актуальные проблемы, которые могут возникнуть при организации туристских поездок и гостиничного обслуживания.

**Цель** изучения дисциплины - изучение действующего законодательства, регулирующего экономико–правовые отношения в сфере туристской

деятельности, приобретение навыков работы с нормативным материалом, его анализа и практического использования.

**Задачи:**

- усвоение студентами общеправовых категорий и понятий, составляющих специфику современного российского финансового, гражданского, предпринимательского и трудового законодательства;
- приобретение навыков работы с нормативно-правовыми актами в сфере хозяйственно-экономической деятельности туризма, ознакомление с практикой их применения и толкования;
- активизация интереса к проблемам правового регулирования и развитие стремлений к повышению уровня профессиональной подготовки специалистов.

Для успешного изучения дисциплины «Правовые основы организации туристского бизнеса» 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;
- способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-6 способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	знает	требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования

	умеет	обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы
	владеет	способностью использования собственного творческого потенциала для решения проблемных задач
ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)	знает	основные рамочные нормативные документы в сфере международного туризма
	умеет	использовать основные нормативно-правовые документы в рамках договорных отношений при реализации туристского продукта
	владеет	навыками поиска и анализа нормативно-правовых источников для организации турагентской и туроператорской деятельности в РФ

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правовые основы организации туристского бизнеса» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-дискуссия, разработка индивидуального проекта, мастер-класс.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика туризма и путешествий»**

Учебный курс «Экономика туризма и путешествий» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Экономика туризма и путешествий» входит в состав дисциплин учебного плана, формируемых участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены контактные занятия – 36 часов: лекционные занятия – 18 часов, практические занятия – 18 часов, самостоятельная работа – 72 часа. Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Экономика туризма и путешествий» основывается на знаниях дисциплин: «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Правовые основы организации туристского бизнеса», «Глобальная научная коммуникация» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Методы исследования», «Управление рисками в туризме», «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства», «Развитие туристских территорий»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: основные понятия и классификации в сфере туристской деятельности и организации путешествий, отраслевые и региональные особенности туристской деятельности и путешествий в РФ, анализ развития экономической теории и практики организации туризма и путешествий в РФ, международный опыт экономических исследований сферы туризма и путешествий.

**Цель дисциплины** – формирование профессиональных и общепрофессиональных компетенций, связанных с проведением экономических исследований в сфере туризма и путешествий.

**Задачи:**

- изучение основных понятий в сфере туризма и путешествий;
- анализ отраслевых и региональных особенностей туризма при проведении экономических исследований в сфере туризма и путешествий;
- изучение опыта проведения экономических исследований в сфере туризма и путешествий в РФ;
- изучение опыта проведения экономических исследований в сфере туризма и путешествий в мире.

Для успешного изучения дисциплины «Экономика туризма и путешествий» у студентов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- способность осуществлять сбор, систематизацию, оценку и интерпретацию экономических показателей, необходимых для проведения экономического анализа;
- владение основами интернет-технологий для поиска и анализа экономической информации в сфере туризма и путешествий.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируется следующие профессиональные и общепрофессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-5 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных	5.1	Анализирует эффективность управленческих решений в туризме
	5.2	Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности

направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	5.3	Обосновывает и организует разработку экономической стратегии турорганизации, приоритетных направлений её деятельности, осуществляет оценку эффективности управленческих решений в туризме
ПК-3 Способен разрабатывать новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	3.1	Составляет необходимую нормативно-правовую документацию для работы туристской организации
	3.2	Выявляет приоритетные направления туристской деятельности
	3.3	Разрабатывает новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии в соответствии с приоритетными направлениями работы туристской организации

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Экономика туризма и путешествий» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.



**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
"Зеленые" инновации и технологии в индустрии туризма и  
гостеприимства»**

Учебный курс «"Зеленые" инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «"Зеленые" инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства» включена в состав дисциплин базовой части.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО – 18 часов), самостоятельная работа (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «"Зеленые" инновации и технологии в индустрии туризма и гостеприимства» логически и содержательно связана с курсом «Индустрия туризма и гостеприимства» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономика впечатлений», «Туризм впечатлений», «Развитие туристских территорий» и подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: обучение сущности и основам внедрения «зеленых» технологий в национальном секторе индустрии гостеприимства и туризма на основе зарубежного и отечественного опыта, подходам к развитию туристской деятельности на основе парадигмы «зеленой» экономики, системе экологического аудита в туризме и гостиничном бизнесе как ключевого инструмента продаж турпродуктов, специфике экологического («зеленого») туризма в контексте развития территорий.

### **Задачи:**

- обучение основным понятиям «зеленые» технологии в индустрии туризма и гостеприимства;
- изучение «зеленых» норм и технологий гостеприимства как визитной карточки брендовых отелей мира и туристских дестинаций на основе лучших зарубежных и отечественных практик;
- изучение системы экологического аудита в туризме и гостеприимстве;
- обучение самостоятельному анализу программ экологической сертификации в формировании имиджа туристской дестинации как «зеленого» туристского региона;
- приобретение навыков создания проектов с использованием «зеленых» технологий в индустрии гостеприимства и туризма;
- приобретение навыков использования экологического туризма как инструмента повышения общественного сознания и сбалансированной экономической деятельности для местных жителей.

Для успешного изучения дисциплины «"Зеленые" технологии в индустрии туризма и гостеприимства» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
ПК-3 способен разрабатывать новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	ПК-3.1 – использует современные инструменты разработки новых туристских проектов с использованием «зеленых» технологий; ПК-3.2 – применяет навыки выявления приоритетных направлений в проектах индустрии туризма и гостеприимства; ПК-3.2– применяет навыки составления необходимой нормативно-правовой документации

ПК-5 способен применять профессиональные знания технологического или методического характера, в том числе, инновационные для анализа и оценки профессиональной информации	ПК-5.1– организует информационно поисковую работу с последующим использованием при создании проектов; ПК-5.2 – участвует в обработке и интерпретации данных необходимых для анализа и оценки профессиональной информации.
---	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Зеленые технологии в индустрии туризма и гостеприимства» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: интерактивная лекция-презентация (визуализация), метод «круглого стола», дискуссии

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Туризм впечатлений»**

Учебный курс «Туризм впечатлений» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Туризм Впечатлений» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», «Коммуникации в туризме», «Инновации в туризме и гостеприимстве» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Прогнозирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины состоит охватывает следующий круг вопросов: теория и методология экономики впечатлений: Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления, особенности экономики впечатлений, характерные черты, впечатления как предмет экономического анализа; туризм как направление реализации экономики впечатлений: турист и его потребительское поведение. Впечатление как «потребительская цель». Новые потребительские ценности. Туристское пространство – основа формирования туристского впечатления. Тренды в системе глобального туризма. 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 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 «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	
<p><b>ОПК-5</b> Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений</p>	Знает	- теоретические основы разработки экономической стратегии предприятия;
	Умеет	-внедрять экономическую стратегию предприятия; -оценивать эффективность управленческих решений; -разрабатывать экономическую стратегию предприятий;
	Владеет	-методиками разработки экономической стратегии предприятий, - методиками оценки управленческих решений.
<p><b>ПК-3</b> способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять</p>	Знает	- требования туристской индустрии, -приоритетные направления проектирования в туристской индустрии;

приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно – правовую документацию	Умеет	- выявлять приоритетные направления в проектировании, -составлять необходимую нормативно – правовую документацию
	Владеет	- методологией развития туристских проектов;

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика впечатлений»**

Учебный курс «Экономика впечатлений» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Экономика впечатлений» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство», «Коммуникации в туризме», «Инновации в туризме и гостеприимстве» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Прогнозирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины состоит из тем, охватывающих следующий круг вопросов: теория и методология экономики впечатлений: Экономика впечатлений как научная дисциплина и предпосылки её становления, особенности экономики впечатлений, характерные черты, впечатления как предмет экономического анализа; 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. Туристское впечатление как особый туристский продукт. Туристский продукт, услуга, впечатление. Поведенческая компонента туристского опыта. Процесс приобретения туристского опыта. Туристский опыт как условие формирование туристского



впечатления. Место впечатлений в системе потребностей. Схема удовлетворения потребности при экономике услуг. Изучение международного опыта по формированию впечатлений.

**Цель 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 «Экономика 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	
<p><b>ОПК-5</b> Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений</p>	Знает	- теоретические основы разработки экономической стратегии предприятия;
	Умеет	-внедрять экономическую стратегию предприятия; -оценивать эффективность управленческих решений; -разрабатывать экономическую стратегию предприятий;
	Владеет	-методиками разработки экономической стратегии предприятий, - методиками оценки управленческих решений.
<p><b>ПК-3</b> способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять</p>	Знает	- требования туристской индустрии, -приоритетные направления проектирования в туристской индустрии;

приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно – правовую документацию	Умеет	- выявлять приоритетные направления в проектировании, -составлять необходимую нормативно – правовую документацию
	Владеет	- методологией развития туристских проектов;

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

## **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.



## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление гостевым сервисом»**

Учебный курс «Управление гостевым сервисом» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм. «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Управление гостевым сервисом» включена в состав дисциплин по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)» по выбору.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Учебным планом по данной специальности предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО – 36 часов), самостоятельная работа (72 час, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Управление гостевым сервисом» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Организация гостиничных услуг», «Организация транспортного обслуживания», и позволяет подготовить студентов к дисциплинам «Туризм впечатлений», «Деловая коммуникация» и к прохождению ознакомительной практики.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: комплексный и специфический характер сервисной деятельности в индустрии туризма, виды сервиса (технический сервис, технологический сервис, информационный сервис, гуманитарный сервис), психологические аспекты сервиса, менеджмент в сфере сервиса, правовое регулирование сервисной деятельности.

**Цель дисциплины** – расширение и углубление теоретических знаний в сфере управления гостевым сервисом предприятий туристской индустрии, формирование умений, навыков и соответствующих компетенций по эффективной организации и управлению гостевым сервисом

**Задачи:**

- формирование у обучающихся представления о сервисной деятельности, месте сервиса в жизнедеятельности человека, в туристской деятельности;
- изучение организации сервиса на предприятиях туристской индустрии;
- изучение психологических аспектов сервисной деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Управление гостевым сервисом» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способность проектировать программы туров, турпакетов, экскурсионные программы и другие продукты туристской деятельности;
- способность организовывать взаимодействие с представителями гостиничной и туристской индустрии, клиентами гостиничных и туристских предприятий, а также с другими заказчиками услуг на локальном, региональном и федеральном уровнях

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

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством в сфере туризма.	ОПК-3.1 Оценивает качество предоставляемых услуг в соответствии с требованиями потребителя ОПК-3.2. Обеспечивает оказание туристских услуг в соответствии с заявленным качеством ОПК-3.3 Разрабатывает и внедряет основные положения системы менеджмента качества на основе международных и национальных стандартов
ОПК-7 Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	ОПК-7.1 Разрабатывает рабочие программы дисциплин по основным профессиональным образовательным программам ОПК-7.2 Использует в процессе педагогической деятельности передовые педагогические технологии ОПК 7.3. Разрабатывает рабочие программы дисциплин по дополнительным профессиональным программам в соответствии с требованиями туристского рынка

<p>ПК-2. Способен формировать кадровую политику туристского предприятия</p>	<p>ПК-2.1 Обеспечивает эффективную систему управления персоналом</p> <p>ПК-2.2 Контролирует работу отделов, статистическую отчетность, соблюдение трудовой дисциплины</p> <p>ПК-2.3. Создает и использует в работе систему мотивации и дисциплинарной ответственности работников</p> <p>ПК-2.4. Использует эффективные способы предупреждения и разрешения конфликтов</p>
---	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление гостевым сервисом» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод «круглого стола», кейс-стади.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Индустрия СПА и курортов»**

Учебный курс «Индустрия СПА и курортов» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм». Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма

Дисциплина «Индустрия СПА и курортов» включена в состав факультативных дисциплин.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Индустрия СПА и курортов» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Специализированные виды туризма», «Правовые основы организации туристского бизнеса» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Туризм впечатлений» и подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующие вопросы: обучение основам курортной рекреации и историческим аспектам развития СПА индустрии, основным тенденциям развития СПА индустрии за рубежом и в России; особенностям СПА индустрии на современном этапе развития рекреации и туризма.

**Цель** изучения дисциплины – формирование профессиональных компетенций в области современных рекреационных услуг, особенностях СПА индустрии и территориальной организации и планирования СПА комплексов.

### **Задачи:**

- Обучение основам индустрии СПА и формирование знаний об особенностях организации СПА за рубежом и в России;
- Изучение тенденций и перспектив формирования рынка рекреационного туризма в формате СПА.
- Формирование прототипов проектов СПА соответствующих требованиям туристской индустрии

Для успешного изучения дисциплины «Индустрия СПА и курортов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма;
- способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
ПК-3 способен разрабатывать новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	ПК-3.1 – анализирует опыт зарубежных и отечественных моделей организации курортной деятельности и СПА; ПК-3.2 – рассматривает ресурсную базу территориальной организации СПА центров; ПК-3.3 – формирует программы территориальной организации рекреационных зон с использованием кластерного подхода. ПК-3.4 – применяет технологии формирования проектов соответствующих требованиям туристской индустрии

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

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Международный опыт управления отелями»**

Учебный курс «Международный опыт управления отелями» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

Дисциплина «Международный опыт управления отелями» включена в состав вариативной части факультативы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов), практические занятия (9 часов), самостоятельная работа (18 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Международный опыт управления отелями» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Специализированные виды туризма», «Правовые основы организации туристского бизнеса» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Развитие туристских территорий», «Управление рисками в туризме», «Стратегическое планирование в туризме», «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений» подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины 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; международные гостиничные продажи и маркетинг, разработка международной маркетинговой стратегии, сегментация, позиционирование продукта.

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 дисциплины** – 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 «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:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<b>ПК-3</b> - способен разрабатывать новые туристские проекты соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	<b>ПК-3.1</b> Причины, которые привели к созданию различных национальных и международных гостиничных классификаций и стандартов <b>ПК-3.2</b> Определить пять важных целей классификации гостиниц и провести различие между регистрацией, классификацией и классификацией. <b>ПК-3.3</b> Знаниями, которые описывают роль, Всемирная туристская организация в установлении международных стандартов, определяет, что обычно подразумевается под термином "мирового класса", и приводит примеры руководящих принципов для достижения статуса мирового класса

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины



«Международный опыт управления отелям» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция, презентация кейс-стади, лекция-дискуссия.