



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
Е.Б. Гаффорова

«21» ноября 2019 г.

**Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

43.04.02 Туризм

Программа магистратуры

**Индустрия туризма и гостеприимства/
International Tourism and Hospitality**

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток

2019

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Экономика туризма и путешествий»

Учебный курс «Экономика туризма и путешествий» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/ International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Экономика туризма и путешествий» включена в состав обязательной части, дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов) практические занятия (9 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов) Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Экономика туризма и путешествий» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика», «Академические навыки в области экономики и менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: Экономические концепции и функции туризма; рыночные условия функционирования туристской индустрии; роль и место туризма в экономике; эффективность и результативность функционирования туристской системы; кластерный подход в туризме; экономическая оценка туристских проектов на мезоуровне; экономические основы и особенности деятельности предприятий туристской индустрии.

Цель дисциплины – Приобретение студентами знаний, умений, навыков, ценностных установок и компетенций в области экономики туризма, экономической деятельности предприятий туристской индустрии, организации предпринимательской деятельности в туризме, принятии

экономических решений в рыночных условиях в сфере туризма, позволяющих студентам вести профессиональную деятельность в сфере туризма и правильно понимать и использовать экономические законы, действующие на туристском рынке.

Задачи:

- изучение и усвоение основных теоретических положений экономики туризма и ключевых понятий;
- рассмотрение и анализ структуры и основных экономических показателей туристской индустрии;
- характеристика процесса организации деятельности туристского предприятия и управления им;
- изучение структуры производства и реализации туристского продукта;
- изучение методов продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках;
- определение правил и методик работы с потребителями туристского предприятия, контролирующими органами, иными контрагентами туристского предприятия.

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

- способность планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла
- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-5 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>ПК-1 Способен формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия</p>	Знает	-как формулировать концепцию туристского предприятия; -как разрабатывать эффективную стратегию туристского предприятия - методы оценки рисков туристского предприятия
	Умеет	- формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия; - формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию туристского предприятия
<p>ПК-3 способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской</p>	Знает	- требования туристской индустрии, -приоритетные направления проектирования в туристской индустрии;

<p>индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно – правовую документацию</p>		
	<p>Умеет</p>	<p>- выявлять приоритетные направления в проектировании, -составлять необходимую нормативно – правовую документацию</p>

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Дизайн туризма»

Учебный курс «Дизайн туризма» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм». Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality"

Дисциплина «Дизайн туризма» включена в состав дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекции (18 часов) , практические занятия (18 часов), самостоятельная работа (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Дизайн туризма» логически и содержательно связана с такими курсами, как "Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика), "Business Communication (Бизнес коммуникация), Critical and Project Thinking (Критическое и проектное мышление), Global Scientific Communication (Глобальная научная коммуникация) и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Экономика туризма и впечатлений», подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие «дизайн туризма» как современный взгляд на туризм как экономический способ освоения пространства; проектирование туристского пространства, туристско-рекреационных кластеров, туристских и рекреационных продуктов; туристское предприятие как объект проектирования.

Цель дисциплины – формирование компетенций магистрантов с использованием проектного подхода позволяющего рационально сочетать теоретические знания о проектировании туристских продуктов в соответствии современными трендами и перспективными направлениями

развития туристского рынка при соблюдении основополагающих тенденций и их практическое применение для решения вопросов создания новых продуктов.

Задачи:

- формирование исследовательских навыков (анализ проблемной ситуации, выявление проблемы, отбор необходимой информации из лекций и предлагаемой дополнительной литературы, проведение наблюдений практических ситуаций, анализ результатов, строение гипотез и осуществление их проверки) проектирования в туризме в соответствии с современной стратегией развития и трендами развития российского рынка;
- формирование навыков проектирования туристского пространства как инструмента территориальной организации туризма;
- формирование навыков проектирования туристских продуктов туроператора на основе анализа рыночной конъюнктуры и потребительских свойств;
- формирование навыков проектирования организационной структуры туристского предприятия.

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

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-3 Способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 -- организует информационно поисковую работу команды с последующим использованием при проектировании территориально-локализованных туристско-рекреационных туристских продуктов и продуктов туроператоров; УК-3.2– использует методы сбора и анализа информации, необходимой при проектировании в туризме; УК-3.3 – участвует в обработке и интерпретации данных необходимых для осуществления проектной туристско-рекреационной деятельности. УК-3.4 – участвует в представлении итоговых результатов – прототипе проектного решения.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижений:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-7 - Способность осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	ОПК-7.1 – анализирует целевую направленность программ развития туризма и современные тенденции развития туризма ОПК-7.2 – рассматривает туризм как экономический способ освоения пространства. ОПК -7.3 – использует пространственный подход к организации и развитию туристской деятельности в соответствии с Концепцией устойчивого развития территориальных систем , в которой формируются принципы экологической, экономической и социальной устойчивости туристских территорий. ОПК -7.4 – представляет туристское проектирование как сложный многоуровневый комплекс действий , охватывающий деятельность субъектов туристской деятельности разных уровней (на международном, национальном, региональном и местном уровнях).

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижений:

Код и формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 - Способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия	ПК-1.1– анализирует деятельность туристского предприятия;, ПК-1.2 применяет методические подходы к изучению конкурентов и клиентов предприятий туризма и рекреации. ПК-1.3 проводит анализ уровня риска туристского предприятия с использованием значений мультипликатора. ПК-1.4 формирует концепцию туристского предприятия в рамках реализации функций производства туристского продукта.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Дизайн туризма» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: семинар с разбором конкретных ситуаций, проектирование прототипа группового проекта, семинар дискуссия, работа в малых группах .

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управленческая экономика»

Учебный курс «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/International Tourism and Hospitality»

Дисциплина «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» включена в состав вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе с применением интерактивных технологий 9 часов), самостоятельная работа студентов (27 часа), подготовка к экзамену (45 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Управленческая экономика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Академические навыки в области экономики и менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Стратегическое планирование и прогнозирование гостиничного бизнеса», «Управление рисками в гостиничном бизнесе».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: теория и методология экономики впечатлений; Экономика и принятие управленческих решений; экономическая цель фирмы и принятие управленческих решений; спрос и предложение, эластичность спроса и предложения, оценка и прогнозирование спроса; теория и оценка издержек; решения по поводу ценовой политики и объема производства; асимметричность информации.

Цель дисциплины – формирование глубоких знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, формирование у будущих магистров теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений

Задачи:

- Определение экономики управления и объяснение её связи с микроэкономикой и другими близкими областями, такими как финансы, маркетинг и статистика;
- знание и формирование основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов компании;
- изучение множества конкретных примеров того, как изменения, связанные с покупателями, конкуренцией и технологией, могут повлиять на способность компании приносить приемлемую прибыль;
- выработка умения сопоставлять современные экономические проблемы с точки зрения страны и с точки зрения компании.
- развитие навыков исследовательской деятельности.

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

- способность планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности ;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла
- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные

компетенции (элементы компетенций):

Укрупненные компетенции компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Экономика	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 применять системный подход для осуществления критического анализа проблемной ситуации УК-1.2 разрабатывать стратегию предприятий
Экономика	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки УК-6.2 определять приоритетные направления собственной деятельности

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемы
Тип задач профессиональной деятельности: <u>научно-исследовательская</u>				

Педагогическая		<p>ПК-3 способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно – правовую документацию</p>	<p>ПК-3.1 Выявляет приоритетные направления в туристском проектировании</p> <p>ПК-3.2 Развивает новые туристские проекты</p> <p>ПК- 3.3 Осуществляет подборку и анализ необходимой нормативно-правовой документации</p>	<p>Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда</p>
----------------	--	---	---	--

Аннотация к рабочей программе дисциплины
« Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality
(Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)»

Учебный курс «Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/ International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)» включена в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, как дисциплина по выбору студентов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов) практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (27 часов), подготовка к экзамену (54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе магистратуры во 2 семестре.

Дисциплина «Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика», «Академические навыки в области экономики и менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: этика как критическая теория, отношения между этикой и эффективностью. этические принципы в управлении туризмом и гостеприимством, принятие этических решений как показатель лидерских стилей в управлении туризмом и гостеприимством.

Цель дисциплины – изучение теоретического материала академического характера, а также материалов современных исследований в сфере сервиса – туризма и гостеприимства - об особенностях управленческой деятельности в сфере туризма и гостеприимства с учетом принципов этической эффективности и применение полученных знаний в исследовательских, академических и практических целях.

Задачи:

- формирование систематизированных знаний об особенностях эффективного этически корректного сервиса;
- формирование умения вести англоязычную беседу в пределах тематики, связанной с этически корректным эффективным сервисом в туризме и гостеприимстве;
- ознакомление студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях повседневного общения;
- формирование основных умений устного и письменного общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)» 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций	
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает	-как управлять проектом на всех его этапах жизненного цикла; - теорию жизненного цикла проекта;
	Умеет	- умеет использовать знания в области менеджмента для управления проектом
УК-3 Способен организовать и управлять работой команды, руководить и выработать командную стратегию для достижения поставленной цели	Знает	- как выработать командную стратегию для достижения поставленной цели; -основы управления персоналом;
	Умеет	-организовывать работу команды - выработать командную стратегию для достижения поставленной цели
ПК-2 Способен формировать кадровую политику предприятия	Знает	-основы формирования кадровой политики предприятия; -основы управления персоналом; -специфику управления персоналом на предприятии индустрии туризма и гостеприимства
	Умеет	- формировать кадровую политику предприятия соответствующую миссии и стратегии предприятия;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: Case Study, деловая игра (имитация ситуаций), проблемное обучение, круглые столы, конференции.

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

Учебный курс «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/International Tourism and Hospitality»

Дисциплина «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» включена в состав вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 час), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (27 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 2 семестре.

Дисциплина «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика», «Глобальная научная коммуникация», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование 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 развитию навыков оценки и осуществления технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях.

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

- способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла
- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на

основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

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, вырабатывать стратегию действий	Знает	- теоретические основы разработки стратегии предприятия; - алгоритм осуществления критического анализа проблемных ситуаций.
	Умеет	применять системный подход для осуществления критического анализа проблемной ситуации -разрабатывать стратегию предприятий;
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает	- как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности, -способы совершенствования собственной деятельности
	Умеет	- выявлять приоритетные направления проектирования в туристской индустрии; - определять приоритетные направления собственной деятельности.

<p>ПК-5- Способен применять профессиональные знания технологического или методологического характера в том числе инновационные для анализа и оценки профессиональной информации</p>	Знает	- как применять знания технологического и методологического характера для анализа и оценки профессиональной информации
	Умеет	- применять профессиональные знания для анализа и оценки профессиональной информации - анализировать профессиональную информацию

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), тестирование, кейс-стади, лекции с применением мультимедийных презентаций, работа в электронной образовательной среде.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия
туризма и гостеприимства: теория и практика)»

Учебный курс «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия гостеприимства и туризма : теория и практика)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика)» включена в состав обязательной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (54 часов), подготовка к экзамену (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Глобальная научная коммуникация», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Управление гостевым сервисом».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: теория и методология экономики впечатлений: подходы к определению категории «индустрия туризма и гостеприимства»; изучение типов организаций индустрии туризма и гостеприимства; (рестораны, кафе, казино, SPA, круизные лайнеры и тд.); особенности управления в индустрии туризма и гостеприимства; основы управления персоналом, маркетинг и стратегии, этика в индустрии туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – сформировать представление о закономерностях функционирования индустрии гостеприимства и системах организации работы предприятий индустрии гостеприимства

Задачи:

- дать развернутое представление о сущности и структуре индустрии гостеприимства;
- познакомить с историческими этапами формирования мировой индустрии гостеприимства;
- рассмотреть тенденции развития мировой и отечественной индустрии гостеприимства;
- рассмотреть нормативно – правовую базу регулирования международной и российской индустрии гостеприимства;
- проанализировать особенности управления предприятиями индустрии гостеприимства;
- уделить внимание процессам продвижения услуг в индустрии гостеприимства;
- научить студентов использовать полученные теоретические знания на практике и в процессе проведения тренинговых занятий.

Для успешного изучения дисциплины «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла
- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные

компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-2-Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы стратегического управления туристской деятельностью на различных уровнях управления; - теоретические основы общего менеджмента и стратегического планирования;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> -организовывать работу команды; -руководить процессами в командной работе; -оценивать эффективность управленческих решений; -разрабатывать стратегию предприятий;
<p>ПК-5 Способен применять профессиональные знания технологического или методологического характера в том числе инновационные для анализа и оценки профессиональной информации</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> -теоретические основы
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> -применять профессиональные знания технологического характера для анализа и оценки профессиональной информации -применять профессиональные знания методологического характера в том числе инновационные для анализа и оценки профессиональной информации

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Business Communication (Бизнес Коммуникация)»

Учебный курс «Business Communication (Бизнес коммуникация)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/ International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Business Communication (Бизнес коммуникация)» включена в состав обязательной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены, практические занятия (72 часов), самостоятельная работа студентов (36 часов), подготовка к экзамену (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Business Communication (Бизнес коммуникация)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Глобальная научная коммуникация», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Управление гостевым сервисом».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: деловая корреспонденция, как написать деловое письмо, заголовки, адреса, структура письма, заключительный абзац, подписи, проведение деловых переговоров, деловой этикет.

Цель дисциплины – изучение теоретического материала практического и академического характера, а также материалов современных исследований в сфере сервиса – туризма и гостеприимства - об особенностях делового общения, практики и этикета бизнес деятельности предприятий

сервиса и применение полученных знаний в исследовательских, академических и практических целях.

Задачи:

- сформировать систематизированные знания об особенностях бизнес общения в туристическом сервисе ; научиться вести англоязычную беседу в пределах тематики, связанной с бизнес деятельностью в туризме и гостеприимстве;
- получить и развить способность применять теоретические знания при выполнении академических и практических заданий по анализу и критике современных исследований в сфере туристского сервиса;
- ознакомить студентов с межкультурными особенностями делового общения в различных ситуациях повседневного общения;
- сформировать основные умения устного и письменного бизнес общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Business Communication (Бизнес коммуникация)» 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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций	
УК-4 Способность применять современные коммуникативные технологии , в том числе и на иностранном языке для	Знает	-какие источники информации необходимо использовать в работе для того, чтобы проанализировать и оценить существующие коммуникативные технологии и технологические риски.

академического и профессионального взаимодействия.	Умеет	- Использовать современные коммуникативные технологии в соответствующих учебных и профессиональных ситуациях.
УК-5 Способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает	- методы анализа разнообразных культур - основы межкультурного взаимодействия
	Умеет	- учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6 Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования.	Знает	- как определять приоритеты собственной деятельности; - способы совершенствования собственной деятельности
	Умеет	- определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности
ОПК-7 Способность осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам	Знает	- основные методы и приемы педагогической деятельности
	Умеет	- использовать основные методы и приемы педагогической деятельности в основной профессиональной деятельности, в том числе и на иностранном языке

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

Учебный курс «Планирование в туризме и гостеприимстве» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм магистерская программа «Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality».

Дисциплина «Планирование в туризме и гостеприимстве» включена в состав блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Планирование в туризме и гостеприимстве» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Дизайн туризма», «Финансовый менеджмент», «Управленческая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Emotional Economics (Экономика впечатлений)», «Research Methods (Методы исследования)», прохождению производственной практики.

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель – сформировать у студентов универсальные и общепрофессиональные компетенции в области планирования и прогнозирования развития туристской отрасли.

Задачи:

- изучить возможности совершенствования планирования как управленческой концепции для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности организаций туризма;
- изучить подходы и методы планирования в туризме;

- сформировать у студентов знания, умения и навыки принятия управленческих решений по развитию стратегических направлений туристской деятельности, с целью обеспечения конкурентоспособности турорганизаций и регионального туристского комплекса в условиях рынка.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплине «Планирование в туризме и гостеприимстве» обеспечивает формирование у выпускника следующей универсальной компетенции и индикаторов их достижения:

Наименование категории (группы) универсальной компетенции	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Организационно-управленческий	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Проводит анализ развития регионального / национального туристского комплекса
		УК-1.2 Выявляет проблемные факторы функционирования регионального / национального туристских комплексов
		УК-1.3 Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработывает стратегию действий по развитию туризма
Проектный	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Умеет проводить экономический анализ развития регионального / национального туристско-гостиничного комплекса
		УК-3.2 Выявляет ключевые направления повышения эффективности функционирования регионального / национального туристско-гостиничного комплекса
		УК-3.3 Организует работу команды по разработке проектов, направленных на повышение роли сферы туризма и гостеприимства в социально-экономическом развитии региона.

Общепрофессиональная компетенция выпускников и индикаторы ее достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенции	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организационно-управленческий	ОПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	ОПК-2.1 Анализирует состояние уровня программного обеспечения в туризме
		ОПК-2.2 Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
		ОПК-2.3 Организует разработку программ по развитию туристских дестинаций

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве»

Учебный курс «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм магистерская программа магистерская программа «Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality».

Дисциплина «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» включена в состав блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Дизайн туризма», «Финансовый менеджмент», «Управленческая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Emotional Economics (Экономика впечатлений)», «Research Methods (Методы исследования)», прохождению производственной практики.

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель – сформировать у студентов общепрофессиональные и профессиональные компетенции в области организации маркетингового управления в индустрии туризма и гостеприимства.

Задачи:

- сформировать понятийный аппарат, составляющий основу проведения маркетинговых исследований;
- изучить основные маркетинговые инструменты;

- овладеть основными методами проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» обеспечивает формирование у выпускника следующей общепрофессиональной компетенции и индикаторов их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенции	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организационно-управленческий	ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1 Анализирует состояние рынка туристских услуг
		ОПК-4.2 Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
		ОПК-4.3 Организует разработку стратегий развития туризма

Профессиональная компетенция выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Организационно-управленческий	Предприятия туристского комплекса	ПК-3 Способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	ПК-3.1 Знает нормативно-правовую базу организации туризма.	Знание основ проведения проектной деятельности в туризме.
			ПК-3.2 Владеет методами выявления приоритетных направлений проектирования в туризме.	
			ПК-3.3 Разрабатывает проекты в сфере туризма.	

Тип задач профессиональной деятельности: аналитическая и управленческая деятельность в сфере гостеприимства.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Стандарты гостиничного сервиса»

Учебный курс «Стандарты гостиничного сервиса» предназначен для магистрантов по направлению 43.04.02 Туризм, магистерская программа «Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекции (9 час.), практические занятия (18 часов, в т.ч. с МАО 18 час.), самостоятельная работа (81 час., в т.ч. на подготовку к экзамену 36 час.). Дисциплина входит в состав основной части блока «Дисциплины (модули)», реализуется на втором курсе в 3 семестре магистратуры.

Дисциплина «Стандарты гостиничного сервиса» логически и содержательно связана с такими дисциплинами учебного плана, как «Экономика туризма и путешествий», «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика)», «Управленческая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве».

Содержание дисциплины «Стандарты гостиничного сервиса» охватывает следующий круг вопросов: задачи стандартизации; сущность и объекты стандартизации; характеристика нормативных документов; экономическая эффективность стандартизации; техническое законодательство как основа деятельности по стандартизации, метрологии, подтверждению соответствия; Система стандартизации Российской Федерации. Основные положения систем общественных и организационно-методических стандартов. Межгосударственная система стандартизации; Международная и региональная стандартизация, стандартизация услуг; стандартизация на предприятиях гостиничного бизнеса; сертификация систем менеджмента качества

Дисциплина «Стандарты гостиничного сервиса» предназначена для формирования у студентов знания о специфике этикета делового общения, умения вступать в диалог, знать специфические особенности психологической культуры, знания правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере гостиничного бизнеса, владения воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс, оптимального использования визуальных коммуникации в гостеприимстве, знания реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм клиентов отелей; владеть нормами поведения в различных ситуациях, формирования имиджа гостиницы; обладания знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимания спецификой рекламы, PR в области гостиничного бизнеса; владения способами коммуникации на практике

Целью дисциплины «Стандарты гостиничного сервиса» является изучение теоретических основ стандартизации и контроля качества гостиничных услуг; формирование у студентов знаний, умений и навыков работы с нормативными документами.

Задачи дисциплины: В результате изучения дисциплины «Стандарты гостиничного сервиса» студент должен уметь:

- применять требования нормативных документов к основным видам услуг и процессов;
- оформлять техническую документацию в соответствии с действующей нормативной базой;
- использовать в профессиональной деятельности документацию систем качества;
- знать задачи стандартизации, её экономическую эффективность; – формы подтверждения соответствия;
- основные положения систем (комплексов) общетехнических и организационно-методических стандартов.

В процессе изучения дисциплины происходит формирование следующих профессиональных компетенций (ОПК-3, ПК-5).

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: <u>организационно-управленческая</u>				
<p>Осуществляет контроль качества обслуживания туристов. Оформляет в установленном порядке документы на обслуживание. Принимает меры по разрешению конфликтных ситуаций. Осуществляет хранение документов, переданных клиентами. Контролирует качество обслуживания.</p>	<p>Туристский продукт; туристские услуги; технологии производства, обслуживания, формирования, продвижения и реализации туристского продукта; технологии обслуживания клиентов; технологическая документация туристского продукта; потребители туристского продукта, их запросы, потребности, ключевые ценности; трудовые коллективы туристских предприятий</p>	<p>ОПК 3 - Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма</p>	<p>ОПК 3.1 - участвует в разработке регламентов и стандартов на предприятии;</p> <p>ОПК 3.2 - анализирует качество выполняемых работ, разработанным на предприятии регламентам и стандартам;</p> <p>ОПК 3.3 - организует контроль за соответствием качества выполняемых работ, разработанным на предприятии регламентам и стандартам.</p>	<p>ПС</p>

<p>Применяет профессиональные знания технологического или методологического характера, в том числе инновационные для анализа и оценки профессиональной информации</p>	<p>Туристский продукт; туристские услуги; технологии производства, обслуживания, формирования, продвижения и реализации туристского продукта; технологии обслуживания клиентов; технологическая документация туристского продукта; потребители туристского продукта, их запросы, потребности, ключевые ценности; трудовые коллективы туристских предприятий</p>	<p>ПК-5 - Способен применять профессиональные знания технологического или методологического характера, в том числе инновационные для анализа и оценки профессиональной информации</p>	<p>ПК 5.1 - Определяет уровень профессиональных знаний технологического или методологического характера ПК 5.2 - анализирует профессиональную информацию о внешней и внутренней среде предприятия для выявления инновационных знаний ПК 5.3 - оценивает профессиональную информацию.</p>	<p>ПС</p>
---	---	---	--	-----------

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Стандарты гостиничного сервиса» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: защита практических работ, деловые игры, кейс-задачи, реферат.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Event tourism (Event туризм)»

Учебный курс «Event tourism (Event туризм)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

Дисциплина «Event tourism (Event туризм)» включена в состав вариативной части блока обязательных дисциплин.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

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

1. Подготовка к организации и управлению мероприятия: понимание организации и управления мероприятиями, виды и типы мероприятий, рентабельность мероприятий, разработка концепции и проекта мероприятия, выбор локации.

2. Процесс организации мероприятия: план, поэтапный график, распределение обязанностей, руководство эксплуатацией оборудования, управление трудовыми ресурсами, организация поставок и организация отношений с поставщиками, организация службы питания и общение и ресторанными службами, событийный маркетинг, составление бюджета мероприятия, заключение контрактов на подрядные работы, составление инструкций и чек-листа.

Цель освоения дисциплины заключается в формировании профессиональных компетенций, связанных с поэтапной организацией и сопровождением мероприятий разных форматов.

Задачи:

- формирование представления об основных элементах и принципах работы индустрии организации и управления мероприятиями;
- оценка растущего рынка современных мероприятий и их видов, а также мест их проведения, для разработки привлекательной концепции проекта, его продвижения и реализации;
- ознакомление с перечнем служб и персонала, задействованных в организации мероприятий, методами составления инструкция и чек-листов;
- формирование умения самостоятельной разработки проекта по организации и проведению мероприятия, составления стратегии, плана и графика его проведения.

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

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Педагогика	<p>ОПК-7</p> <p>Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам</p>	<p>ОПК-7.1. Понимает виды деятельности по реализации научной педагогической деятельности, направленной на изучение совокупности отношений, возникающих в педагогической сфере, новых образовательных технологий, активных и интерактивных форм обучения</p> <p>ОПК-7.2. Демонстрирует умение осуществлять практическую педагогическую деятельность в двух ее формах: учебной и воспитательной</p> <p>ОПК-7.3. Выбирает формы и методы подготовки к проведению занятий по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам</p> <p>ОПК-7.4. Умеет планировать результаты обучения, проводить промежуточный и итоговый контроль знаний обучающихся</p>

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческая				
Стратегическое управление деятельностью предприятий сферы туризма.	Предприятия туризма. Органы государственной власти, занимающиеся вопросами государственного регулирования для сферы туризма.	ПК-1 Способен формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия.	ПК-1.1. Умеет проводить стратегический анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы туризма, выявлять факторы успеха ПК-1.2. Формулирует направления работ по формированию концепции и реализации конкурентоспособной стратегии развития предприятий сферы туризма ПК-1.3. Экономически обосновывает корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма	Анализ отечественного и зарубежного опыта

			<p>ПК-1.4. Умеет эффективно осуществлять взаимодействие с заинтересованными лицами в процессе разработки концепции и стратегии развития, а также в достижении стратегических целей и задач в управлении туристской организацией.</p>	
<p>Управление проектами и изменениями на предприятиях сферы туризма Управление инновациями в деятельности предприятий сферы туризма.</p>	<p>Потребители услуг туристской индустрии, их потребности. Туристский продукт. Туристские ресурсы. Технологические процессы предоставления услуг туристской индустрии. Результаты интеллектуальной деятельности. Нематериальные активы, принадлежащие субъектам туристской индустрии на праве</p>	<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. Организует, координирует и контролирует деятельность по разработке проектов в сфере туризма ПК-3.2. Умеет своевременно выявлять отклонения в реализации проектов в сфере туризма и управлять деятельностью по их устранению. ПК-3.3. Умеет составлять необходимую нормативно-правовую документацию для организации</p>	<p>Анализ отечественного и зарубежного опыта</p>

	<p>собственности или ином законном основании. Предприятия туризма. Информационные ресурсы и системы туристской деятельности, средства обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий. Органы государственной власти, занимающиеся вопросами государственного регулирования для сферы туризма.</p>		<p>и сопровождения туристического продукта.</p>	
--	---	--	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Event management (Организация и управление мероприятиями)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекции-дискуссии, мозговой штурм, метод круглого стола, кейс-задач, блиц-опрос, парная и командная формы работы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Emotional Economics (Экономика впечатлений)»

Учебный курс «Emotional Economics (Экономика впечатлений)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Emotional Economics (Экономика впечатлений)» включена в состав обязательной части, дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов) практические занятия (9 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов) Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Emotional Economics (Экономика впечатлений)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика», «Академические навыки в области экономики и менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование 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 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 «Экономика впечатлений» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла

- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-5 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы разработки экономической стратегии предприятия; - методы оценки управленческих решений.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> -внедрять экономическую стратегию предприятия; -оценивать эффективность управленческих решений; -разрабатывать экономическую стратегию предприятий;
ПК-1 Способен формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия	Знает	<ul style="list-style-type: none"> -как формулировать концепцию туристского предприятия; -как разрабатывать эффективную стратегию туристского предприятия - метод оценки рисков туристского предприятия
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - формировать активную политику оценки рисков туристского предприятия; - формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию туристского предприятия
ПК-3 способность развивать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - требования туристской индустрии, -приоритетные направления проектирования в туристской индустрии;

индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять		
необходимую нормативно – правовую документацию	Умеет	- выявлять приоритетные направления в проектировании, -составлять необходимую нормативно – правовую документацию

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 «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)»

Учебный курс «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», программа «Индустрия туризма и гостеприимства/International Tourism and Hospitality».

Дисциплина «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)» включена в состав обязательной части, дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (9 часов) практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (45 часа) подготовка к экзамену (36 час.) Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое и проектное мышление», «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика», «Академические навыки в области экономики и менеджмента» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: теория и методология экономики впечатлений: элементы формирования гостевого сервиса в гостиницах и средствах размещения; выстраивание сервиса в соответствии с общепринятыми международными стандартами; квалификационные требования работников отдельных категорий (руководящий состав, персонал, работающий с гостями, персонал вспомогательных отделов); формирование пакета дополнительных услуг в гостиничном сервисе; сервис-дизайн; сервисные стратегии развития.

Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений, которые позволят на основе конструирования предполагаемой реакции потребителя при взаимодействии с туристской услугой создавать ряд возможных решений для совершенствования коммуникации между поставщиком и получателем услуги.

Задачи:

- раскрыть основные направления и тренды индустрии туризма;
- анализ существующих взаимодействий между акторами туристской индустрии, проектируя их возможные интеракции,
- изучение набора техник, благодаря которым возможно предсказать, какие впечатления и какой опыт получит потребитель при выборе и использовании туристской услуги;
- изучение этапов формирования гостевого сервиса и механизмов управления им;
- анализ мировой практики использования сервис-дизайна.

Для успешного изучения дисциплины «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способность организовывать и руководить работой команды на всех этапах его жизненного цикла
- способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы систем управления качеством услуг в сфере туризма и гостеприимства; - методы управления качеством в сфере туризма.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма
<p>ПК-5 способен применять профессиональные знания технологического или методического характера, в том числе, инновационные для анализа и оценки профессиональной информации</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - требования туристской индустрии, - основные методы анализа и оценки профессиональной информации.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать и проводить оценку профессиональной информации, используя профессиональные знания;

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

Учебный курс «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм».

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» включена в состав факультативных дисциплин.

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

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика)», «Leadership and Ethics in Tourism and Hospitality (Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства)», «Tourism of Impressions (Туризм впечатлений)» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Digital Tourism and Hospitality (Цифровой туризм и гостеприимство)», «Specialized types of tourism (Специализированные виды туризма)», «Guest Service Management (Управление гостевым сервисом)» подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

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

уникальными достопримечательностями и центрами бизнеса и торговли.

Цель дисциплины – направлена на улучшение понимания студентами маркетинговых концепций, принципов управления доходами, проблем продаж гостиничной продукции, а также практик операционного менеджмента.

Задачи:

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

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

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-11 Владеет основами финансового, бухгалтерского и статистического учета в сфере гостиничного сервиса	ПК 1.1 Ключевые понятия: клиенты-новички; постоянные клиенты; постоянные клиенты; сторонники; участники; коллеги; инвесторы (время) ПК 1.2 Ключевые понятия: признание; выявление проблем; план действий; перераспределение ресурсов; расстановка приоритетов; подготовка и переподготовка кадров; набор кадров; ПК 1.3 Ключевые понятия: суггестивные продажи; показать лидерство; установить формализованный процесс обслуживания клиентов или план; сосредоточиться на потребностях клиентов;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» применяются следующие методы активного/

интерактивного обучения: интерактивная лекция-презентация
(визуализация), метод «круглого стола», дискуссии