

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2024 12:08:44
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ) ОП ВО

Изучение дисциплин ведется в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО)

Бизнес-процессы в сфере туризма и гостеприимства
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Реализуемой по направлению подготовки:

43.04.02 Туризм
(код и наименование направления подготовки/специальности)

2024 г.

Дисциплины (модули) изучаются в рамках освоения ОП ВО «Бизнес-процессы в сфере туризма и гостеприимства» по направлению 43.04.02 Туризм

Наименование дисциплины	Иностранный язык в профессиональной деятельности
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	6 ЗЕ (216 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Characteristics and Meaning: Issues of Understanding. Понятийный аппарат	Тема 1. The meaning of Travel and tourism. Что такое путешествия и туризм. Тема 2. The economy
Раздел 2. Results and Residuals: The Issue of Impacts. Результаты и остаток.	Тема 1 The measurement of the industry. Измерительные технологии. Тема 2. The business cycle
Раздел 3. Chamging and Directions: Planning and Development. Развитие и перспективы.	Тема 1 What are travel and tourism: are they really an industry. Существует ли такая индустрия Тема 2. Setting up and growing a business.
Раздел 4. Places and Products: Marketing and Consumer Issues. Маркетинг и вопросы потребления.	Тема 1. Customer expectations. Ожидания потребителя Тема 2. Company types and corporate governance.
Раздел 5. Hospitality industry. Индустрия гостеприимства.	Тема 1. Emerging markets- Новые рынки. Тема 2. Documentation processing
Раздел 6. Demographic drivers of change. Демография и перемены.	Тема 1. Brand-Бренд. Тема 2. Global issues of the 21st century. Тема 3. Technology. Технология индустрии. Тема 4. Management styles and qualities.
Раздел 7. Human capital. Кадры.	Тема 1. Sustainability. Социальная ответственность. Тема 2. Planning. Планирование. Тема 3. Organizing time and work
Раздел 8. Common issues.	Тема 1. Hotels and restaurants. Ресторан в отеле. Тема 2. Hotel and on-line travel agent. Турагентство в отеле. Тема 3. Planning and setting objectives

Наименование дисциплины	Организация проектной деятельности
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Концептуальные основы проектирования в сфере туризма	Тема 1.1. Цели и принципы проектирования в индустрии туризма. Системный подход к туризму как объекту проектирования. Основные этапы и объект проектирования. Основные категории, элементы и принципы организации проектной деятельности

Раздел 2. Проект как объект проектирования, его характеристики	Тема 2.1. Характеристики проекта как объекта управления. Проектное задание. Управление проектами. Отличительные особенности проектного управления. Классификация проектов и классификационные признаки. Виды проектов. Жизненный цикл и фазы проекта.
Раздел 3. Содержание организационного проектирования и проектного планирования	Тема 3.1. Организационное проектирование. Проектное планирование. Основные принципы проектного планирования. Основные и вспомогательные подпроцессы (задачи) планирования. Система планов в управлении проектами. Бизнес-планирование как подсистема управления проектом. Основное назначение стратегического и тактического планов в процессе реализации проекта.
Раздел 4. Организационные структуры управления проектами	Тема 4.1. Организация управления проектами. Функции управления проектом: базовые и интегрирующие. Общие принципы построения организационных структур управления проектом. Участники проекта как основной элемент структуры проекта. Организационные структуры управления проектами: функциональная, матричная, проектная.
Раздел 5. Управление проектными рисками в индустрии туризма	Тема 5.1. Проектный риск. Классификация проектных рисков. Типы и виды рисков. Основные этапы процесса управления риском. Качественный и количественный анализ проектных рисков. Характеристика методов качественной оценки рисков. Методы снижения проектных рисков. Управление проектными рисками. Инновационный риск. Имиджевый риск. Маркетинговый риск. Кадровые риски. Финансово-хозяйственные риски.

Наименование дисциплины	Экономика туристского рынка
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теория экономики туризма	Тема 1.1. Основные понятия экономики туризма, предмет, методы и задачи. История развития экономики туризма. Роль и место туризма в экономике. Экономическая значимость туризма. Эффективность и результативность функционирования туристской системы
Раздел 2. Макроэкономика туризма	Тема 2.1. Понятия и особенности туристского рынка. Инфраструктура туристского рынка.

	Мультипликативный эффект в туризме. Конкурентоспособность стран в сфере туризма.
Раздел 3. Мезоэкономика туризма	Тема 3.1. Туристские дестинации как субъекты мезоуровня экономики туризма. Экономика и конкурентоспособность туристских дестинаций. Кластерный подход к формированию и управлению экономикой туристской дестинации.
Раздел 4. Микроэкономика туризма	Тема 4.1. Предпринимательская деятельность в туризме. Экономические основы и особенности деятельности предприятий туристской индустрии. Финансовое управление предприятием туристской индустрии. Теория безубыточности и ее использование в туризме. Экономическая эффективность деятельности предприятий туристской индустрии. Оценка экономической эффективности работы персонала предприятий туристской индустрии.

Наименование дисциплины	Технологии межкультурных и бизнес-коммуникаций в сфере туризма и гостеприимства
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы, эффективность, средства коммуникации	Тема 1.1. Основные категории, виды коммуникаций в туризме и гостеприимстве. Коммуникативная среда профессиональной организации. Роль и особенности межкультурных и бизнес-коммуникации в деятельности организаций. Модели коммуникаций. Формы, методы, способы формирования каналов коммуникаций. Особенности межкультурных деловых коммуникаций в сфере туризма и гостеприимства. Тема 1.2. Понятие эффективных коммуникационных технологий. Формирование эффективных коммуникаций в профессиональной организации. Методы анализа эффективности каналов коммуникации. Роль обратной связи в бизнес-коммуникации. Коммуникативные барьеры и их преодоление. Язык - как основное средство коммуникации. Особенности языковой коммуникации в условиях личного и дистанционного контакта. Особенности письменной деловой и бизнес-коммуникации. Невербальные средства коммуникации.

	<p>Технические средства коммуникации. Особенности кросс- культурного контакта в аспекте использования различных средств коммуникации.</p>
<p>Раздел 2. Внутренние и внешние коммуникации</p>	<p>Тема 2.1. Понятие и виды внутренних коммуникаций. Принципы организации эффективного коммуникационного процесса на туристском и гостиничном предприятии, толерантность к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования в работе с персоналом. Особенности влияния организационной структуры и корпоративной культуры на коммуникационные процессы. Роль коммуникаций в формировании и поддержании корпоративной культуры профессиональной организации. Методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской и гостиничной индустрии. Организация контроля эффективности коммуникаций. Направления внешних коммуникаций, их особенности в организации профессиональной сферы. Тема 2.2. Взаимодействие бизнеса и власти в вопросах занятости населения, налогообложения, установления тарифов, соучастие в управлении деятельностью хозяйственных субъектов, информационное обеспечение. Лоббизм. Взаимодействие с потребителями. Основные подходы к управлению отношениями с клиентами. Коммуникации с деловыми партнерами, особенности кросс- культурных коммуникаций. Межличностные коммуникации менеджера в туризме и гостеприимстве.</p>
<p>Раздел 3. Маркетинговые коммуникации. PR как функция менеджмента</p>	<p>Тема 3.1. Понятие маркетинговых коммуникаций, основные направления маркетинговых коммуникаций, инструменты маркетинговых коммуникаций. Социальный, управленческий, маркетинговый подходы к PR. Цель, задачи и основные направления PR в менеджменте. Имидж организации: понятие, элементы, основные подходы к созданию. Формирование положительного общественного мнения об организации. Массовая коммуникация, ее позитивное и негативное влияние на деятельность организаций туризма и гостеприимства.</p>

<p>Раздел 4. Проблемные коммуникации. Имидж и самопрезентация менеджера в коммуникации</p>	<p>Тема 4.1. Конфликтная коммуникация, ее особенности, способы профилактики и коррекции. Кризисные коммуникации в туризме и гостеприимстве. Коммуникативная компетентность менеджера. Понятие и функции имиджа в деловых коммуникациях менеджера. Имиджирование. Модели поведения. Телесный имидж. Внешний вид. Тактика общения. Технологии самопрезентации. Разработка Я-концепции. Анализ и учет предпочтений конкретной среды деловых отношений личности. Создание сообщения-информации о личности.</p>
<p>Раздел 5. Национальные стереотипы и ценности в межкультурной коммуникации</p>	<p>Тема 5.1. Национальный характер. Источники стереотипных представлений. Вред и польза национальных стереотипов. Системы ценностей в различных культурах. Ценности и антиценности. Типология ценностей. Индивидуальные и коллективные ценности. Базовые ценности. Национальные стереотипы и предрассудки. Стереотипные представления о различных национальностях. Источники национальных стереотипов.</p>

<p>Наименование дисциплины</p>	<p>Стратегическое и программно-целевое управление в профессиональной сфере</p>
<p>Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</p>	<p>2 ЗЕ (72 часа)</p>
<p>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</p>	
<p>Разделы</p>	<p>Темы</p>
<p>Раздел 1. Стратегическое управление в сфере туризма</p>	<p>Тема 1.1. Общая характеристика стратегического управления. Теоретико-методологические основы стратегического управления. Концепция стратегического управления. Понятие, сущность, основные задачи и принципы теории и практики стратегического управления. Роль и предпосылки формирования и развития стратегического управления. Основные компоненты и этапы развития стратегического управления. Объекты и виды стратегического управления. Функции стратегического управления. Методологические и теоретические основы стратегического управления. Принципы стратегического управления. Стратегический аспект в управлении организаций туризма. Место дисциплины в системе экономических, политических и управленческих дисциплин и ее связь с другими дисциплинами специальности.</p>

Тема 1.2. Процесс стратегического управления и стратегическое видение.

Этапы стратегического управления. Модель процесса стратегического управления. Синтез внутренних стратегических факторов. Понятие и сущность стратегии. Типы стратегий. Стратегические альтернативы и условия реализации стратегии. Возможные критерии выбора альтернативных решений. Этапы реализации стратегии и уровни стратегических изменений. Инструменты реализации стратегии. Процесс реализации стратегии. Стратегическое видение. Миссия организации. Основные правила построения дерева целей.

Тема 1.3. Роль стратегического планирования в системе стратегического управления и его основные характеристики.

Понятие, сущность и преимущества стратегического планирования. Принципы планирования. Концепция стратегического планирования. Процедуры стратегического планирования. Методология стратегического планирования. Процесс стратегического планирования. Логика стратегического планирования и его элементы. Принципы стратегического планирования. Матрицы стратегического планирования. Достоинства и недостатки стратегического планирования.

Тема 1.4. Методы стратегического управления.

Управление развитием посредством выбора стратегических позиций и ранжирования стратегических задач. Управление по сильным и слабым сигналам. Управление развитием в условиях стратегических неожиданностей. Управление стратегическим набором. Управление развитием в условиях изменений. Причины сопротивления стратегическим изменениям. Особенности применения стратегического управления в сфере туризма.

Тема 1.5. Стратегическое управление развитием организационно- хозяйственных структур сферы туризма.

Стратегическое управление в государственных структурах, муниципальных организациях. Стратегическое управление в сфере туризма. Стратегическое управление в предприятиях туризма. Планирование и осуществление

	мероприятий, направленных на реализацию стратегии.
<p>Раздел 2. Программно-целевые управления в туризме</p> <p>методы</p>	<p>Тема 2.1. Программно-целевые методы управления в туризме и предпосылки для их применения на государственном уровне. Программно-целевое планирование и управление как отрасль знания. Классификация видов программно-целевого управления (ПЦУ): социальное программирование (на основе разработки планов развития и целевых программ), бюджетирование, ориентированное на результат (БОР), управление по результатам. Программно-целевое управление и стратегическое планирование в публичном управлении. Исторический очерк развития программно-целевого управления: ПЦУ за рубежом и в СССР. ПЦУ в современной России. Целесообразность и актуальность применения программно-целевых методов как инструмента государственного управления в сфере туризма. Сущность программно-целевого подхода, его основные компоненты, функции и предпосылки применения.</p> <p>Тема 2.2. Сущность программно-целевого метода и порядок разработки программ. Порядок разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ (постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа 2010 г. 588). Методологические принципы ПЦУ. Алгоритм ПЦУ. Классификация методов, используемых в процессе программно-целевого планирования и управления. Экспертные аналитические методы: дерево целей, SWOT-анализ (как метод анализа ситуации), сценарный подход, дерево решений и др. Количественные методы: статистическое моделирование (как метод прогнозирования), индикаторы, сетевые методы планирования и управления и др. Реализация программы: прямые и косвенные методы публичного управления, методология проектного управления.</p> <p>Тема 2.3. Финансирование целевых программ. Источники финансирования целевых программ: бюджетные, внебюджетные. Иностраные инвестиции. Кредитование целевых программ. Этапы финансирования. Контроль за расходованием средств. Государственно-частное партнерство в программа сферы туризма.</p>

	<p>Тема 2.4. Обзор существующих целевых программ в туризме и пути их совершенствования.</p> <p>Анализ национальных проектов и федеральных целевых программ РФ: цели, задачи, структура, эффективность. Проблемы реализации и пути совершенствования.</p> <p>Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)"</p> <p>Федеральная целевая программа «Развитие культуры и туризма на 2013 - 2020 годы». Государственная программа имеет следующие подпрограммы: «Наследие», «Искусство», «Туризм», «Обеспечение условий реализации государственной программы». И федеральные целевые программы «Культура России (2012-2020 годы)»</p>
--	--

Наименование дисциплины	Инновации в сфере туризма и гостеприимства
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Понятие и содержание инновационного процесса	Тема 1.1. Обоснование необходимости инновационного мышления в современном туристском бизнесе. Классификация инноваций. Инновационный процесс, его структура и эффективность
Раздел 2. Инновации в туристском менеджменте	Тема 2.1. Концептуальные инновации в туризме. Инновационные стратегии фирмы. Формирование инновационного портфеля фирмы. Управление инновациями. Организационно-экономическое обеспечение инновационной деятельности
Раздел 3. Инновации в туристском продукте	Тема 3.1. Современные тенденции развития туризма. Инновационный потенциал российского рынка туристских услуг. Развивающиеся виды внутреннего туризма на российском рынке. Инновации в гостиничном и ресторанном бизнесе.
Раздел 4. Инновационные технологии в туристском бизнесе	Тема 4.1. Туризм и научно-технический прогресс. Практика внедрения инноваций на российском рынке услуг гостеприимства.

Наименование дисциплины	Цифровизация и информационно-технологическое обеспечение профессиональной сферы
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4 ЗЕ (144 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Digital трансформация профессиональной деятельности	<p>Тема 1.1. Цифровая трансформация и применение информационных систем в профессиональной сфере. Цифровая трансформация в туризме. Интеграция предприятия в электронный бизнес. Информационные системы в индустрии гостеприимства: туризм, гостиничное дело и ресторанный бизнес.</p> <p>Тема 1.2. Трансформация современных бизнес – моделей. Экосистемный подход. Основные понятия Бизнес-экосистемы. Общие характеристики. Принципы экосистемного подхода. Преимущества и недостатки бизнес-экосистем. Бизнес-экосистемы в России и за рубежом.</p> <p>Тема 1.3. Анализ данных в цифровом туризме: роль, место, значение. Data Analysis в туристической отрасли. Термин Big Data. Типы источников сбора больших данных. Сфера применения аналитики Big Data. Power BI, Desktop и Mobile. Яндекс.Метрика. Google Analytics. Яндекс директ командер. K50 Tracker. Calltouch.</p> <p>Тема 1.4. Сущность и возможности текстовой аналитики. Инструменты мониторинга отзывов. Ключевые вопросы сбора и подготовки текстовых данных для аналитики. Типовые задачи текстовой аналитики в сфере туризма. Сферы применения текстовой аналитики. Анализ тональности текстов на примере PolyAnalyst. Инструменты мониторинга отзывов.</p>
Раздел 2. Технологические решения при обеспечении профессиональной сферы	<p>Тема 2.1. Технологические решения для предоставления услуг в профессиональной сфере. Основные понятия технологии Iot. История возникновения. Задачи и тренды Интернета вещей. Сфера применения технологии Iot. Схема работы технологии Iot. Iot в индустрии гостеприимства.</p> <p>Тема 2.2. Применение технологии искусственного интеллекта в туризме. Основные понятия Искусственного интеллекта (ИИ). ИИ в индустрии гостеприимства. TensorFlow, Чат-боты.</p>

	<p>Тема 2.3. Технология проектирования туристских геопорталов и интерактивных web-карт.</p> <p>Основные определения: геопортал, web-карта, web-ГИС. Этапы проектирования туристского геопортала. Проблемы использования современного инструментария для создания интерактивных туристских веб-карт и геопорталов.</p> <p>Тема 2.4. Технология виртуальной реальности в профессиональной сфере.</p> <p>VR – технологии. Основные понятия. История возникновения VR. Иммерсивность. Принцип работы VR-технологий. Сфера применения VR-технологий. Платформы VR.</p>
<p>Раздел 3.</p> <p>Облачные технологии в профессиональной сфере</p>	<p>Тема 3.1. Основные модели предоставления облачных услуг. Облачные решения в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>Тенденции развития облачных технологий. Облачные решения и их функциональные возможности. Основные модели предоставления облачных услуг: IaaS, PaaS, SaaS. Примеры облачных решений в индустрии гостеприимства: Amadeus Cloud Service, Немо (SaaS-решение), BOOKINNA, iikoCloud, Clock PMS и др.</p> <p>Тема 3.2. Облачные системы взаимоотношений с клиентами в профессиональной деятельности. Маркетинговые информационные системы (МИС-системы). CRM –системы. Основные понятия. Выбор и внедрение CRM-системы. Примеры CRM-систем.</p> <p>Тема 3.3. Блокчейн-технологии в профессиональной сфере.</p> <p>Основные понятия блокчейн-технологий. Функциональные возможности применения блокчейна в туризме.</p>
<p>Раздел 4.</p> <p>Электронная коммерция и кибербезопасность</p>	<p>Тема 4.1. Электронная коммерция в профессиональной сфере.</p> <p>Электронная коммерция в сфере сервиса и туризма. Интеграция предприятия в электронный бизнес. Модели онлайн-бизнеса предприятия.</p> <p>Тема 4.2. Создание и функционирование электронного магазина.</p> <p>Создание и функционирование электронного магазина. Платформы для Интернет-магазина. Дропшипинг.</p> <p>Тема 4.3. Электронные площадки. Рынок онлайн-продажи туристических услуг.</p> <p>Электронные торговые площадки: определение, виды площадок, функции. Рынок</p>

	<p>онлайн продажи туристических услуг. Краудфандинг.</p> <p>Тема 4.4. Применение технологий digital - маркетинга в профессиональной сфере. SEO, SERM, чат-боты, SMM. Инструменты E-mail -рассылок.</p> <p>Тема 4.5. Кибербезопасность информации. Основные угрозы и методы. Методы, средства и технологии защиты информации. Ключевые тренды рынка кибербезопасности и защиты информации.</p>
--	---

Наименование дисциплины	Управление качеством услуг и обслуживания
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
<p>Раздел 1.</p> <p>Предмет, назначение, цели, задачи и содержание курса. Классификация показателей качества и методы их определения</p>	<p>Тема 1.1. Понятия и определения сферы качества услуг.</p> <p>Роль качества в современном социуме. Цели и задачи курса. Предмет курса. Субъективность восприятия потребителем качества услуг. Связь между качеством и эффективностью производства. Понятие системного управления качеством. Градация качества. Особенности восприятия качества услуг: туристских, экскурсионных, средств размещения, общественного питания и др. Нематериальный характер сервисной услуги, трудности в измерении и соизмерении. Взаимодействие продавца и покупателя.</p>
<p>Раздел 2.</p> <p>Нормативно - правовое обеспечение качества услуг. Эволюция подходов к управлению качеством в России и за рубежом</p>	<p>Тема 2.1. Роль государства в обеспечения качества услуг туризма и защиты прав потребителей.</p> <p>Государственная система стандартизации РФ. ГОСТ ИСО 9001-2001 «Системы Менеджмента качества. Требования». Модель обеспечения качества при проектировании, разработке, производстве, монтаже и обслуживании. ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения». ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества». Гражданский кодекс РФ. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».</p>

	<p>Федеральный Закон «О защите прав потребителей». Эволюция подходов к управлению качеством в России и за рубежом. Принципы управления качеством на основе системы Тейлора. Современная концепция управления деятельностью, управление бизнесом, всеобщий менеджмент качества (TQM). Восемь ключевых принципов системного управления качеством международных стандартов в области управления качеством ISO - 9000. Базирование современного менеджмента качества.</p>
<p>Раздел 3. Концепция всеобщего управления качеством TQM. Международные стандарты ISO 9000</p>	<p>Тема 3.1. Показатели качества туристского продукта. Квалификация персонала. Надежность. Доступность. Характеристика материального обеспечения. Продукция как составная часть услуги туризма. Жизненный цикл продукции в соответствии со стандартом ISO (петли качества). Инструменты качества, развертывание функций качества; концепция «Домик качества», метод «Шесть сигМ».</p>
<p>Раздел 4. Конкурентоспособность и качество как фактор успеха предприятия индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>Тема 4.1. Понятие конкуренции. Основные признаки существования свободного рынка. Условия для существования системы свободного рынка. Последствия для предприятия, выпускающего неконкурентоспособную, низкого качества продукцию. Ответственность юридических и физических лиц за нарушение Российского законодательства за поставку недоброкачественной продукции. Механизм сквозного управления качеством продукции. Факторы повышения конкурентоспособности продукции. Способы увеличения гибкости производства. Формирование потребительской ценности товара. Причины низкой конкурентоспособности производства. Модели оценки качества в конкурентных системах. Структура процесса предоставления услуг. Критерии моделей делового совершенства: международные, Европейская и российская премии и конкурсы в области качества.</p>
<p>Раздел 5. Принципы менеджмента качества. Управление качеством услуг</p>	<p>Тема 5.1. Принципы менеджмента качества. Управление качеством проекта. Область применения. Требования к системе качества услуг. Ответственность руководства, процедуры разработки, ведения и обеспечения документацией. Планирование и обеспечение качества услуг. Управление качеством. Этапы развития менеджмента качества услуг в туризме и гостеприимстве. Качество</p>

	<p>туристского обслуживания. Агентский и потребительский подходы к качеству обслуживания. Ассортимент услуг. Основные показатели и направления в организации качества обслуживания. Модель обеспечения качества услуг в организации. Менеджмент качества персонала предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Требования к исполнителям по обеспечению ими качества услуг. Должностные инструкции. Внутрифирменные процедуры и ответственность. Направления качества обслуживания. Критерии контроля качества обслуживания клиентов. Контроллинг за соблюдением условий обслуживания со стороны предприятия. Сроки и порядок рассмотрения претензий и жалоб.</p>
--	---

Наименование дисциплины	Анализ и моделирование бизнес-процессов
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	5 ЗЕ (180 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Инструменты организационного проектирования: и организационный дизайн	Тема 1.1. Ознакомление и изучение специфических особенностей организационного проектирования
	Тема 1.2. Ознакомление с инструментами аудита организационной структуры
	Тема 1.3. Организационный дизайн
Раздел 2. Регламентация управления и инструменты кадрового администрирования	Тема 2.1. Место кадрового администрирования в процессном управлении
	Тема 2.2. Локальные нормативные акты, кадровые документы и кадровые процедуры
	Тема 2.3. Инструменты кадрового аудита
Раздел 3. Бизнес-процесс как объект исследования	Тема 3.1. Бизнес-процесс: типы, характеристики, специфические особенности
	Тема 3.2. Уровни зрелости бизнес-процессов
	Тема 3.3. Формирование бизнес-процессов в start up проекте
Раздел 4. Идентификация и описание бизнес-процессов	Тема 4.1. Ознакомление с нотациями описания бизнес-процессов (BPM, ARIS и пр.)
	Тема 4.2. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN 2.0: уровни моделирования, структура элементов
	Тема 4.3. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN 2.0: основные элементы, правила хорошего стиля, межпроцессное взаимодействие
Раздел 5. Регламентация и инструменты оценки бизнес-процессов	Тема 5.1. Уровни регламентации и основные требования к регламентации бизнес-процессов
	Тема 5.2. Качественный анализ реализации бизнес-процессов
	Тема 5.3. Количественный анализ реализации бизнес-процессов

Наименование дисциплины	Бизнес-аналитика и анализ данных
--------------------------------	----------------------------------

Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
1. Основы бизнес-аналитики	<p>Тема 1.1. Значение и роль бизнес-аналитики в современном бизнесе.</p> <p>Возможности современной бизнес-аналитики. Визуализация данных. Автоматизированный анализ данных. Прогнозирование и прогнозная аналитика. Работа с большими данными. Интеграция данных. Сквозная аналитика. Дашборды.</p> <p>Тема 1.2. Компоненты и процедура бизнес-аналитики.</p> <p>Сбор и обработка данных. Анализ данных. Визуализация результатов. Принятие решений и оптимизация бизнес-процессов.</p> <p>Тема 1.3. Алгоритм работы с бизнес-аналитикой.</p> <p>Цели и задачи анализа. Источники данных, используемые для анализа. Инструменты и программное обеспечение для сбора, хранения и анализа данных. Интерпретация данных (тренды, паттерны). Показатели, отслеживаемые с помощью бизнес-аналитики.</p> <p>Тема 1.4. Системы бизнес-аналитики. Системы поддержки принятия решений управления (СППР).</p> <p>Microsoft Power BI; Qlik Sense; Seeneco; ПланФакт; Luxms BI; Almaz BI; Oracle Analytics; PolyAnalyst; Analytic Workspace; Форсайт. Аналитическая платформа; Биплан 24; Visiology; SAS Visual Analytics и др.</p>
2. Анализ данных	<p>Тема 2.1. Введение в анализ данных.</p> <p>Обзор методов анализа данных. Обзор статистических пакетов. Источники данных. Ввод, редактирование, модификация экспорт/импорт данных и результатов.</p> <p>Тема 2.2. Описательный анализ данных. Частотный анализ. Графический анализ.</p> <p>Описательная статистика. Оценка распределения значений переменной.</p>

	<p>Основные типы шкал и соответствующие им меры средней тенденции и меры разброса. Нормальное распределение, Z-стандартизация, тест Колмогорова-Смирнова. Исследование взаимосвязей между переменными. Таблица сопряженности. Формулировка гипотез. Этапы проверки гипотез. Уровень значимости и ошибка первого рода. Тест Хи-квадрат. Построение диаграммы рассеяния. Парные коэффициенты корреляции (Пирсона, Кендалла, Спирмана). Частные корреляции. Сравнение средних (t-тест для независимых и зависимых выборок, однофакторный дисперсионный анализ).</p> <p>Тема 2.3. Линейная регрессия.</p> <p>Задачи регрессионного анализа. Множественная линейная регрессия. Оценка качества модели. Анализ остатков. Мультиколлинеарность. Гетероскедастичность. Фиктивные переменные. Диагностика регрессионной модели.</p> <p>Тема 2.4. Факторный анализ.</p> <p>Порядок выполнения факторного анализа. Оценка пригодности исходных данных для проведения факторного анализа. Метод главных компонент. Факторные нагрузки. Сохранение факторов в виде новых переменных в файле данных. Интерпретация значений факторов.</p> <p>Тема 2.5. Кластерный анализ.</p> <p>Иерархический кластерный анализ. Кластерный анализ методом k-средних. Содержательная характеристика кластеров</p>
--	--

Наименование дисциплины	Формирование и управление территориальными рекреационными системами
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Понятие территориальная рекреационная система (ТРС)	Тема 1.1. Понятия рекреация и туризм. Свободное время. Рекреационное время, рекреационное пространство. Рекреационные ресурсы. Отличительные черты рекреации.

	<p>Соотношение понятий «туризм» и «рекреация». Понятия рекреационная система (РС) и территориальная рекреационная система (ТРС). Тема 1.2. Определение и задачи рекреационной географии, места рекреационной географии в системе наук.</p> <p>Становление и развитие рекреационной географии в мире: основные исторические этапы развития рекреационной географии, современное зарубежные и отечественные концепции рекреационной географии.</p> <p>Тема 1.3. Туристско-рекреационная система (ТРС) как предмет исследования рекреационной географии.</p> <p>Концепция территориальной рекреационной системы В.С. Преображенского, концепция поляризованного ландшафта Б.Б. Родмана, средовая (адаптационная) модель территориальной рекреационной системы, модель социокультурной рекреационной системы. Иерархические уровни ТРС. Факторы формирования и развития ТРС. Понятие о территориальной рекреационной системе (ТРС) как предмете исследования рекреационной географии. Анализ прямых и обратных связей между компонентами ТРС. Понятие о территориальной рекреационной системе. Факторы формирования и развития ТРС.</p>
<p>Раздел 2. Основные факторы формирования и развития ТРС</p>	<p>Тема 2.1. Свободное время как базисная категория исследования ТРС.</p> <p>Бюджет свободного времени. Основные подходы к изучению свободного времени, исторический, хронологический, структурный и ценностной подходы к изучению бюджета свободного времени. Свободное время в постиндустриальном обществе. Временные и структурные аспекты формирования ТРС.</p> <p>Тема 2.2. Социологические подходы к изучению рекреационных потребностей.</p> <p>Рекреационные потребности и мотивы туристско-рекреационной деятельности как генерирующий фактор развития ТРС.</p> <p>Генерирующий фактор – географическое распределение рекреационных потребностей, потенциал рекреационных потребностей населения, зависимость развития рекреационной сети от пространственного расселения населения по территории страны и условий его проживания: географических, экономических, социальных, экологических.</p> <p>Тема 2.3. Реализующий фактор – рекреационный потенциал региона.</p>

	<p>Разнообразие и уникальность рекреационных ресурсов, определяющее моно- или полифункциональность рекреационных систем. Соотношение генерирующего фактора (рекреационных потребностей населения) и реализующего фактора (рекреационных ресурсов территории) как важнейшее условия формирования ТРС.</p>
<p>Раздел 3. Основные подходы к оценке рекреационного потенциала ТРС</p>	<p>Тема 3.1. Рекреационный потенциал территории как базис развития рекреации и туризма. Рекреационные ресурсы: понятие, классификация, характеристика, методы оценки. Природные рекреационные ресурсы. Культурно-исторические рекреационные ресурсы. Социально-экономические рекреационные ресурсы, в том числе инфраструктурные, инвестиционные, инновационные, информационно-технологические, кадровые. Экологическая обстановка территории, ее влияние на развитие рекреации и туризма. Оценка рекреационного потенциала территории с использованием информационных технологий.</p> <p>Тема 3.4. Методы исследования рекреационных ресурсов: выявление, принципы оценки, условия эксплуатации и охраны. Степень изученности рекреационных ресурсов. Запасы, надежность, емкость рекреационных ресурсов, дифференциальная оценка рекреационных для различных видов туризма. Подходы в оценке: технологический, физиологический, психологический и экономический. Понятие о туристской ренте.</p>
<p>Раздел 4. Комплексное функциональное районирование ТРС</p>	<p>Тема 4.1. Районирование как географический прием исследования пространственного распределения явлений. Общегеографические подходы к районированию: многоаспектность, объективность, иерархичность, конструктивность. Туристско-рекреационное районирование, его цели и задачи. Районообразующие признаки. Условия взаимодействия основных факторов развития туризма как основа современного рекреационного районирования. Районообразующие признаки комплексного рекреационного районирования; функциональная направленность, степень рекреационного освоения (развитые, средние и</p>

	<p>слаборазвитые районы), степень открытости района (ориентация на обслуживание местных или приезжих отдыхающих – открытые и закрытые районы), перспективность, районов изменение содержания понятие перспективность при переходе от планового хозяйства к рыночной экономике.</p> <p>Выбор районообразующих признаков при различных видах рекреационного районирования: курортологического, спортивного, познавательного туризма.</p> <p>Туристско-рекреационное районирование как фактор, отражающий развитие регионального туризма на определенном историческом этапе, подходы к рекреационному районированию в различные исторические периоды. Рекреационное районирование 70-80-х годов, 1992, 1996, 2000 годов и современное туристско-рекреационное районирование (Ирисова Т.А., 2006).</p> <p>Деление территории России на 5 рекреационных зон и 26 рекреационных районов.</p> <p>Принятые характеристики туристско-рекреационных зон и районов.</p> <p>Зоны – географическое положение. Общая площадь территории и количество жителей. Региональные особенности рекреационных потребностей населения. Районообразующие признаки зоны; рекреационный потенциал и степень его освоения; популярность на туристском рынке. Проблемы и перспективы развития туризма. Туристско-рекреационные районы, входящие в зону.</p> <p>Районы. Субъекты РФ, входящие в район. Общая площадь территории и количество жителей. Специфика рекреационных потребностей населения района. Привлекательность района для внутреннего и въездного туризма. Функциональная структура района (анализ рекреационного потенциала): ресурсы природоориентированных видов туризма, ресурсы культурно-познавательного туризма. Степень рекреационной освоенности территории и рекреационной обеспеченности населения; уровень развития рекреационной сети и туристской инфраструктуры, турцентры, курортные зоны, туристские маршруты и существующие туристские потоки.</p>
<p>Раздел 5. Современные тенденции в формировании и управлении ТРС</p>	<p>Тема 5.1. Географические аспекты формирования туристского спроса.</p>

	<p>Географические аспекты формирования туристского предложения. Туристские регионы мира, их характеристика. Страны-лидеры мирового туристского рынка. Туристские потоки: виды и категории, методы исследования, географические особенности формирования и распространения.</p> <p>Формирование и развитие ТРС в РФ на современном этапе. Российская Федерация на международном туристском рынке. Программно-целевой метод и использование механизмов государственно-частного партнерства в управлении ТРС. Нормативно-правовое регулирование функционирования ТРС. Законы и подзаконные акты. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р</p> <p>Тема 5.2. Современные тенденции развития рекреации и туризма.</p> <p>Современные общенаучные подходы к исследованиям ТРС: социологизация и гуманизация, экономизация, экологизация, информатизация, цифровизация.</p>
--	--

Наименование дисциплины	Инновационный менеджмент и предпринимательство в туризме
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Предмет и содержание дисциплины. Основные понятия	<p>Тема 1.1. Предмет изучения. Научно-технические достижения и научно-технические нововведения: взаимосвязь и взаимозависимость. Нововведение (инновация) как объект управления. Сущность, различие и взаимосвязь понятий «продукт», «технология», «новшество» («новация»), «нововведение» («инновация»), «открытие», «изобретение», «модификация», «инновационный процесс».</p> <p>Тема 1.2. Цели и задачи учебной дисциплины. Место и роль дисциплины в системе высшего профессионального образования. Формирование инновационной культуры. Методология теории управления инновационной деятельностью. Основные понятия, методы и инструменты исследования. Понятие инновации. Классификационные признаки новаций, инноваций и</p>

	инновационных процессов и их характеристики.
Раздел 2. Теории инновационного развития	<p>Тема 2.1. Экономические и общественно-философские концепции инновационного развития.</p> <p>Периодизация общественного развития с позиций теории инноваций. Научно-технические эры: движущие силы развития и причины сменяемости. Тема 2.2. Концепция технологических укладов и их смены в процессе развития общества.</p> <p>Понятие технологического уклада. Смена технологических укладов по периодам доминирования. Характеристика современных технологических укладов и их развития. Влияние технологического уклада на стратегический выбор развития организации</p>
Раздел 3. Инновационные процессы: виды, этапы, сущность, содержание	<p>Тема 3.1. Особенности продуктовых, технологических и модифицирующих инноваций.</p> <p>Жизненные циклы инновации Сущность и структура инновационного процесса. Цикличность инновационных процессов. Инновационные циклы и организация инновационной деятельности. Понятие жизненного цикла. Основные этапы жизненного цикла продукта и их характеристика. Характеристика стадий инновационного развития.</p>
Раздел 4. Национальные инновационные системы	<p>Тема 4.1. Национальные инновационные системы и экономика знаний.</p> <p>Основные положения концепции национальных инновационных систем. Цели, задачи и структура НИС. Российский и зарубежный опыт построения НИС. Основные элементы инновационной системы: их роль, функции и взаимодействие.</p> <p>Тема 4.2. Цели, задачи, формы и методы формирования и реализации государственной инновационной политики.</p> <p>Российское законодательство об инновационной деятельности. Приоритетные направления развития науки, технологии и техники. Критические технологии. Национальные проекты в области инновационного развития.</p> <p>Тема 4.3. Международная инновационная деятельность.</p> <p>Система международных организаций, содействующих инновационному и технологическому развитию.</p>

	<p>Тема 4.4. Понятие инфраструктуры инновационной деятельности.</p> <p>Состав компонентов инфраструктуры инновационной деятельности. Организации, занятые информационным обслуживанием инновационной деятельности.</p> <p>Организационное обеспечение. Правовая защита инновационной деятельности.</p> <p>Актуальные направления развития инфраструктуры инновационной деятельности</p>
<p>Раздел 5.</p> <p>Организация и управление инновационной деятельностью</p>	<p>Тема 5.1. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: сущности и особенности на разных стадиях жизненного цикла.</p> <p>Сущность диффузных процессов и их основные направления. Трансфер результатов научно-технической деятельности на уровне организаций и государств. Охрана интеллектуальной собственности.</p> <p>Тема 5.2. Цели и задачи прогнозирования научно-технологического развития.</p> <p>Основные принципы прогнозирования. Долгосрочное прогнозирование развития экономики. Прогнозирование и принятие инновационных решений.</p> <p>Тема 5.3. Внутри и межфирменные организационные формы инновационной деятельности.</p> <p>Альянсы в инновационной сфере. Межфирменная научно-техническая кооперация. Бизнес-инкубаторы. Научные и технологические парки. Глобальные инновационные процессы и особенности их организации в сфере туризма.</p>
<p>Раздел 6.</p> <p>Конкурентоспособность: понятие, факторы, условия обеспечения</p>	<p>Тема 6.1. Понятие конкурентоспособности. Роль конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.</p> <p>Основные факторы, определяющие конкурентоспособность продукции и технологии. Конкурентоспособность торговых марок. Бренд. Конкурентоспособность предприятия и его инновационная деятельность. Стратегическая значимость нововведений в обеспечении конкурентоспособности предприятия.</p> <p>Инновационный потенциал предприятия (организации) как важнейший фактор конкурентоспособности. Характеристика инновационного потенциала предприятия (организации).</p>

	Стратегии инновационного развития предприятий и подходы к их формированию и реализации.
<p>Раздел 7. Управление инновационной деятельностью на предприятии индустрии туризма</p>	<p>Тема 7.1. Особенности регламентации инновационных процессов на макро- и микроуровнях управления. Особенности организации оплаты и стимулирования труда в инновационной деятельности. Сопротивление персонала предприятия инновациям. Конфликты в процессе инновационного развития. Методы и подходы к преодолению сопротивлению инновациям и разрешению конфликтов.</p> <p>Тема 7.2. Формирование команды и лидерство при реализации инновационных проектов и программ инновационного развития предприятий.</p> <p>Тема 7.3. Маркетинг в инновационной сфере. Проектирование бизнес-процессов инновационной деятельности. Организация мониторинга инновационного процесса.</p> <p>Тема 7.4. Инвестиции в инновации. Способы организации финансирования инновационной деятельности. Формы финансирования. Источники финансирования и кредитования. Показатели коммерческой эффективности инновации. Неопределенность и риски инновационной деятельности. Классификация рисков инновационной деятельности. Методы анализа рисков. Риск-менеджмент в инновационной деятельности.</p> <p>Форма проведения: лекция, семинар</p>
<p>Раздел 8. Управление инновационными проектами и программами в сфере туризма</p>	<p>Тема 8.1. Управление проектами как основная технология реализации инноваций. Понятие проекта. Разработка инновационного проекта и обеспечение его реализации. Проект как объект управления. Планирование и управление проектом на основе процессного подхода. Классификация проектов. Структура проекта и его окружения. Особенности инновационных проектов. Жизненный цикл проекта. Основные стадии и этапы проекта. Команда исполнителей проекта. Ключевая роль руководителя проекта. Взаимодействие руководителя и команды. Мотивация участников проекта. Виды инструментальных средств, используемых на различных этапах жизненного цикла инновационного проекта. Единая информационная модель проекта и CALS-технологии. Инструментальные средства</p>

		планирования и контроля хода инновационного проекта. Инструментальные средства финансового анализа и управления ресурсами инновационного проекта
Раздел 9. Предпринимательство инновационной сфере	в	Тема 9.1. Инновационная бизнес-идея. Инновационное предложение. Инновационный запрос. Механизмы обеспечения коммуникаций в инновационной сфере: биржи и торговые площадки интеллектуальных ресурсов. Посредничество в инновационной сфере. Венчурное предпринимательство. Инновация как специфический товар. Особенности продвижения инноваций на рынке. Прогноз продаж нового товара или услуги. Технический маркетинг (маркетинг на ранних стадиях жизненного цикла инноваций). Особенности организации рекламной кампании и подготовки сбытовой сети реализации нового товара или услуги. Ценообразование по новым продуктам (услугам) туризма и гостеприимства
Раздел 10. Разработка и презентация инновационного проекта по конкретным проблемам (сферам) управления туризмом		Тема 10.1. Цели и задачи экспертизы инновационных проектов. Научно-техническая экспертиза: направления, формы, методы, инструменты. Оформление результатов научно-технической экспертизы инновационных проектов. Коммерческая экспертиза инноваций направления: формы, методы, инструменты. Оформление результатов коммерческой экспертизы инновационных проектов. Тема 10.2. Цели бизнес-планирования. Внешняя и внутренняя функции бизнес-плана. Концептуальный бизнес-план. Сравнение альтернатив. Место бизнес-плана в жизненном цикле инновационного проекта. Бизнес-план обоснования инновационного предложения. Ключевые вопросы и содержание разделов бизнес-плана. Методы разработки бизнес-плана. Оформление бизнес-плана. Презентация бизнес-плана как элемент маркетинга

Наименование дисциплины	Бренд-менеджмент в индустрии туризма
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Понятие бренда и сущность бренд-менеджмента в индустрии туризма	Тема 1.1. История брендинга. Подходы к понятию «бренд». Основные характеристики бренда. Функции бренда. Классификации брендов.

	Положительные и отрицательные стороны брендинга. Экономические и психологические аспекты брендинга. Особенности бренд-менеджмента в индустрии туризма. Брендинг территорий как основа развития индустрии туризма.
Раздел 2. Проектирование бренда в индустрии туризма	Тема 2.1. Технологии рождения бренда. Инструменты создания бренда. Маркетинговые исследования и коммуникации как основа проектирования бренда. Индивидуальность бренда. Визуальная идентификация бренда (фирменный стиль). Построение «архитектуры бренда». Особенности создания брендов в индустрии туризма.
Раздел 3. Продвижение бренда в индустрии туризма	Тема 3.1. Позиционирование бренда. Инструменты продвижения бренда. ATL-коммуникации (реклама непрякая и массовая в печатных СМИ, радио-реклама непрякая и массовая; реклама непрякая и массовая на ТВ; реклама непрякая и массовая, встроенная в кино («большой экран»); наружная реклама (в том числе реклама на транспорте) и BTL-коммуникации (личные продажи, PR, директ-маркетинг). Интернет-брендинг. Событийный маркетинг как важный элемент брендинга в индустрии туризма.
Раздел 4. Потребительский выбор как основа бренд-менеджмента в индустрии туризма	Тема 4.1. Воздействие брендинга на потребителей. Потребительское поведение и брендинг. Формирование лояльности к бренду. Развитие программ лояльности.
Раздел 1. Стратегический бренд-менеджмент в индустрии туризма	Тема 5.1. Концепции и стратегии управления брендом. Управление брендом: корпоративная идентичность и фирменный стиль. Формирование системы бренд-менеджмента на предприятиях индустрии туризма. Ошибки управления брендами. Конкурентные преимущества брендов. Особенности трансформации и ликвидации бренда. Правовые основы брендинга.

Наименование дисциплины	Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основные концепции международного	Тема 1.1. Международный маркетинг: определение, содержание, возникновение и развитие.

маркетинга в сфере туризма и гостеприимства	Уровни международного маркетинга в сфере туризма и гостеприимства: межнациональный, многонациональный, глобальный. Основные стадии перехода к глобальному маркетингу.
Раздел 2. Среда международного маркетинга. Стратегии выхода предприятий туризма и гостеприимства на международные рынки	Тема 2.1. Характеристика международной маркетинговой среды. Современная инфраструктура международного бизнеса и предпринимательский климат. Решение о входе на внешний рынок. Сегментация международных рынков. Маркетинговая оценка надежности зарубежных деловых партнеров. Стратегия ориентации на «расширение» домашнего рынка. Стратегия ориентации на множественные рынки. Стратегия ориентации на глобальный маркетинг. Способы вхождения на зарубежный рынок и их специфика в сфере туризма и гостеприимства. Косвенный экспорт. Прямой экспорт. Лицензирование. Совместные предприятия
Раздел 3. Стратегии и программа международного маркетинга в сфере туризма и гостеприимства	Тема 3.1. Товарная стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства. Адаптация товара (услуги) к различным рынкам. Ценовая стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства. Виды цен в международном маркетинге. Стратегия продвижения в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства. Брендинг в международном маркетинге. Сбытовая стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства. Выбор каналов распределения в международном маркетинге. Интегрированная логистика в международном маркетинге.
Раздел 4. Организация управления международной маркетинговой деятельностью	Тема 4.1. Оценка уровня вовлеченности предприятия сферы туризма и гостеприимства в международную деятельность. Формы организации управления международной маркетинговой деятельностью в сфере туризма и гостеприимства. Экспортный отдел. Международное подразделение. Глобальная организация.

Наименование дисциплины	Формирование туристских кластеров России
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы кластерной политики в туризме	Тема 1.1. Содержание и признаки понятия «туристский кластер». Кластерный подход в туризме. Сущность туристских кластеров. Общая характеристика

	<p>основных методологических проблем изучения туристских кластеров. Нормативно-правовая база их создания и развития.</p> <p>Возникновение и трансформация понятия кластер. Кластерная стратегия и ее преимущества в социально-экономическом развитии стран мира и России. Исследование туристских кластеров в России и за рубежом, опыт создания туристско-рекреационных кластеров и их влияние на развитие индустрии туризм. Алгоритм формирования туристского кластера.</p>
<p>Раздел 2. Основы проектирования туристско-рекреационного кластера</p>	<p>Тема 2.1. Виды кластеров, их структура, условия возникновения и функционирования. Основные подходы и примеры классификации кластеров. Роль кластеров в реализации ФЦП Развитие внутреннего и въездного туризма на 2019-2032 годы. Формирование представлений о кластерах как о точках роста внутреннего туризма и инструмента эффективного управления. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма.</p>
<p>Раздел 3. Региональные аспекты формирования туристских кластеров</p>	<p>Тема 3.1. Рассматриваются аспекты рекреации и туризма, моделей концепций рекреации: коммерческой, технологической, социокультурной и политэкономической, а также сущность и соотношение рекреационного и туристского пространств, курорта, дестинаций туризма и кластера.</p>
<p>Раздел 4. Инвестиционные и инновационные аспекты кластерной политики в туризме</p>	<p>Тема 4.1. Туризм и научно-технический прогресс.</p> <p>Практика внедрения инноваций на российском рынке туристских услуг. Понятие модели туристско-рекреационного кластера. Структура туристско-рекреационных объектов. Их тематизация. Набор кластеров туристско-рекреационных объектов. Рациональное использование имеющейся материальной базы, объектов природного и историко-культурного наследия при моделировании кластера.</p>

Наименование дисциплины	Экономика индустрии гостеприимства
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
<p>Раздел 1. Гостиничное предприятие: правовые и экономические основы функционирования</p>	<p>Тема 1.1. Организационные формы предпринимательства гостиничных предприятий.</p> <p>Основы экономической деятельности гостиничного предприятия.</p>

<p>Раздел 2. Особенности гостиничной деятельности и гостиничного продукта</p>	<p>Тема 2.1. Ресурсы гостиничного предприятия. Экономическая деятельность гостиничного предприятия. Издержки гостиничного предприятия. Тема 2.2. Ценовая политика гостиничного предприятия. Тема 2.3. Доход, прибыль, убытки гостиничного предприятия. Показатели эффективности хозяйственной деятельности гостиничного предприятия. Тема 2.4. Налоги и налогообложение деятельности гостиничного предприятия. Тема 2.5. Гостиничный продукт и его качество. Гостиничный продукт, его элементы. Качество гостиничного продукта и его оценка.</p>
<p>Раздел 3. Анализ деятельности гостиниц и других средств размещения.</p>	<p>Тема 3.1. Планирование деятельности гостиниц и других средств размещения. Тема 3.2. Экономический анализ деятельности гостиничного предприятия.</p>

<p>Наименование дисциплины</p>	<p>Правовое регулирование туристской деятельности</p>
<p>Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.</p>	<p>3 ЗЕ (108 часов)</p>
<p>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</p>	
<p>Разделы</p>	<p>Темы</p>
<p>Раздел 1. Правовые основы туристской деятельности</p>	<p>Тема 1.1. Введение. Цели и задачи учебной дисциплины. «Правовое регулирование туристской деятельности» в системе профессиональной подготовки. Тема 1.2. Источники правового обеспечения профессиональной деятельности в туризме. Источники (формы выражения) правового обеспечения профессиональной деятельности в туризме. Состав и основное содержание действующего законодательства Российской Федерации и международных актов, регулирующих туристскую деятельность. Тема 1.3. Международно-правовое регулирование туризма. Международное правовое регулирование туризма и туристской деятельности. Международные организации. Организация Объединенных Наций (ООН). Всемирная туристская организация (ЮНВТО). Всемирная организация здравоохранения. Всемирная торговая организация. Некоммерческие организации в сфере туризма.</p>

	<p>Неправительственные международные организации. Международные региональные туристские организации.</p> <p>Международные договоры в сфере туризма. Универсальные международные договоры. Региональные международные договоры. Двусторонние международные договоры.</p>
	<p>Тема 1.4. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.</p> <p>Конституционные основы туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».</p> <p>Принципы государственного регулирования туристской деятельности. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации в сфере туризма. Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий для развития туризма в субъектах Российской Федерации. Права органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма. Цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности.</p>
	<p>Тема 1.5. Техническое регулирование в туризме.</p> <p>Понятие технического регулирования в туризме. Стандартизация. Органы, осуществляющие стандартизацию и сертификацию. Виды документов по стандартизации. Понятие стандарта. Виды стандартов. Сертификация туристских услуг. Классификация объектов туристской индустрии. Классификация гостиниц. «Положение о классификации гостиниц». Классификация горнолыжных трасс, классификация пляжей.</p>
	<p>Тема 1.6. Предпринимательская деятельность в туризме.</p> <p>Правовое положение туроператоров и турагентов. Понятие предпринимательской деятельности в сфере туризма. Субъекты предпринимательской деятельности в туризме. Индивидуальный предприниматель. Юридическое лицо. Организационно-правовые формы образования юридического лица.</p>

	<p>Государственная регистрация юридического лица и индивидуального предпринимателя. Туроператоры и турагенты. Правовой статус туроператоров и турагентов и других юридических лиц, осуществляющих деятельность по организации путешествий. Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров.</p>
	<p>Тема 1.7. Гражданско-правовое регулирование договоров в туризме.</p> <p>Гражданско-правовое регулирование туристской деятельности. Гражданский кодекс Российской Федерации. Понятие договора. Содержание договора. Существенные условия договора. Момент заключения договора. Классификации договоров. Форма договора. Стадии заключения договора. Оферта. Акцепт. Вызов на оферту. Публичная оферта. Основания изменения или расторжения договора. Односторонний отказ от договора. Расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств.</p> <p>Виды договоров в сфере туризма и туристской деятельности. Договор на туристское обслуживание. Договор о реализации туристского продукта. Формирование туристского продукта. Договоры туроператора с третьими лицами.</p> <p>Правовые основы формирования и продвижения туристского продукта. Предмет договора. Стороны договора. Существенные условия договора. Форма договора. Приложения к договору. Лист бронирования к договору реализации турпродукта.</p> <p>Договоры между туроператором и турагентом. Агентский договор. Договор поручения. Договор комиссии.</p>
	<p>Тема 1.8. Защита прав потребителей туристских услуг.</p> <p>Источники правового регулирования отношений по защите прав потребителей. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Право потребителя на качество услуги. Право на безопасность услуги. Право на информацию об услуге. Право на свободный выбор услуг. Право на возмещение вреда при оказании услуг. Право на защиту нарушенных прав потребителя. Организации по защите прав потребителей.</p>

	<p>Права туристов. Обязанности туристов. Защита прав туриста. Объединения туристов.</p> <p>Безопасность потребителей. Обеспечение личной безопасности и сохранности имущества. Риск. Факторы риска в туризме. Способы уменьшения уровня риска. Информирование об угрозе безопасности в месте временного пребывания.</p> <p>Страхование потребителей. Понятие, виды страхования. Формы страхования. Страховой риск и страховой случай. Договор страхования. Стороны договора страхования. Существенные условия договора страхования. Условия освобождения страховщика от выплаты страховой суммы. Особенности страхования туристов</p>
Раздел 2. Документооборот в профессиональной сфере	<p>Тема 2.1. Документооборот в системе документационного обеспечения управления организацией в сфере туризма.</p> <p>Понятие документационного обеспечения управления организацией в сфере туризма. Делопроизводство как деятельность, обеспечивающая документирование, документооборот, оперативное хранение и использование документов.</p>
	<p>Тема 2.2. Документооборот в профессиональной сфере.</p> <p>Электронный документооборот Понятие документооборота. Объем документооборота. Документопоток.</p> <p>Внутренний документооборот. Номенклатура дел. Формирование дел. Оперативное хранение документов. Уничтожение документов. Хранение и учет архивных документов. Типовые технологии обработки документов. Обработка исходящих и входящих документов. Регистрация документов, контроль за исполнением документов и принятых решений. Электронный документооборот. Конвертация и миграция (электронных документов).</p>

Наименование дисциплины	Инвестиционное проектирование и оценка бизнеса
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	4 ЗЕ (144 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
1. Основы инвестиционного проектирования	Тема 1.1. Инвестиционная деятельность и инвестиции.

	<p>Инвестиционный проект. Этапы инвестиционного проектирования. Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Доходность инвестиций. Определение ставки дисконта.</p> <p>Тема 1.2. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Реальные опционы и современная методология оценки инвестиционных проектов. Анализ устойчивости инвестиционного проекта с использованием оценки чувствительности, сценарного анализа и имитационного моделирования. Проектно-сметная документация инвестиционного проекта.</p>
<p>2. Управление реализацией инвестиционных проектов</p>	<p>Тема 2.1. Условия реализации инвестиционного решения.</p> <p>Бизнес-план инвестиционного проекта. Структура и содержание разделов бизнес-плана. Описание объекта бизнес-плана туристской сферы. Проведение анализа бизнес-среды турфирмы. План маркетинга и его особенности в бизнес-планировании. Проведение SWOT-анализа в составе маркетингового плана. Постановка SMART-целей бизнес-плана. Значение резюме. Бизнес-план предприятия индустрии туризма: производственный план, оценка безубыточности (критическая точка объема производства). Маркетинговый план. Организационный план. Финансовый план. Требования к составлению финансового плана. Бизнес-планирование в современной технологии привлечения инвестиционных ресурсов. Стоимостная оценка инвестиций при бизнес-планировании. Прием дисконтирования. Показатели экономической эффективности бизнес-плана. План риска и оценочные показатели его уровня.</p>
<p>3. Оценка бизнеса</p>	<p>Тема 2.2. Процесс определения стоимости предприятия.</p> <p>Стоимость собственного капитала. Стоимость и структура заемного капитала инвестиционного проекта. Модель CAPM как метод расчета требуемой доходности инвестиций, основанный на оценке их риска.</p> <p>Тема 5. Методы оценки бизнеса.</p> <p>Значение оценки бизнеса в принятии инвестиционных решений</p>

Наименование дисциплины	Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы туризма и гостеприимства
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	2 ЗЕ (72 часа)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Основы управления процессами	<p>Тема 1.1. Функциональный и процессный подход к управлению. Процессное управление организацией. Организация как совокупность процессов. Цели процесса. Классификация процессов. Описание процессов. Управленческие циклы. BPM (Business Process Management).</p> <p>Тема 1.2. Жизненный цикл управления процессами в BPM. Владелец процесса. Входы и выходы процесса. Бенчмаркинг. Эталонные и референтные модели. Эталонная 13-процессная модель процессов. Семь свойств процесса. Мониторинг и измерение процессов.</p>
Раздел 2. Технологии оптимизации бизнес-процессов	<p>Тема 2.1. Моделирование деятельности организации. Моделирование процессов. Методологии, ориентированные на бизнес-процессы. Основные инструментальные системы для моделирования: IBM WebSphere Business Modeler (IBM); ARIS Business PERFORMANCE Edition (IDS Scheer AG); CA ERWin Process Modeler (CA) Hyperion Performance Scorecard (Oracle); ОРГ-Мастер Про (Бизнес Инжиниринг Групп).</p> <p>Тема 2.2. Классификация моделей организации. Тема 2.3. Описание бизнес-процессов. Тема 2.4. Методы анализа процессов и совершенствование процессов. Тема 2.5. Анализ рисков процесса. Тема 2.6. Контроллинг и мониторинг процессов. Тема 2.7. Информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства.</p>

Наименование дисциплины	Бизнес-инжиниринг в индустрии туризма
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Теоретические основы бизнес-инжиниринга	<p>Тема 1.1. Понятие и содержание бизнес-инжиниринга. Цели и результаты проведения инжиниринга. Бизнес-инжиниринг от возникновения до наших дней. Бизнес-инжиниринг как новый вид управленческой деятельности. Классификация</p>

	<p>форм бизнес-инжиниринга. Инжиниринговые услуги как особый вид рыночного продукта.</p> <p>Тема 1.2. Понятие и сущность бизнес-процесса. Основные показатели бизнес-процесса. Классификация бизнес-процессов. Цикл Деминга-Шухарда. Выделение и ранжирование бизнес-процессов. Определение критических факторов успеха организации (КФУ). Модель бизнес-процесса и способы ее описания. Эффективность бизнес-процесса. Технологическая карта бизнес-процесса. Тема 1.3. Проектирование бизнес-процессов. Риски проектирования бизнес-процессов. Понятие реинжиниринга. Реинжиниринг как инструмент управления. Средства проведения бизнес-инжиниринга. Методы бизнес-инжиниринга (BPR методы теории управления качеством TQM, СРІ). Этапы бизнес-инжиниринга.</p>
<p>Раздел 2.</p> <p>Бизнес-инжиниринг как вид управленческой деятельности</p>	<p>Тема 2.1. Компания как бизнес-система. Архитектура бизнес-систем. Основные понятия и определения. Основные характеристики архитектуры бизнес-систем.</p> <p>Тема 2.2. Информационные технологии бизнес-инжиниринга. Программные средства (ЕАМ-инструменты) управления архитектурой предприятия. Понятие процесс и процессный подход.</p> <p>Тема 2.3. Применение процессного подхода в управлении компанией. Компонентная модель Р. Акоффа, Ф. Эмери.</p> <p>Тема 2.4. Методология реинжиниринга предприятия (концептуальная модель перепроектирования деятельности предприятия). Методика анализа структуры управления для целей перепроектирования. Понятие реструктуризации. Анализ существующей модели бизнеса; методы реорганизации компании с целью реинжиниринга. Внешняя среда в реинжиниринге; риски реинжиниринга; проект реинжиниринга.</p> <p>Тема 2.5. Оптимизация бизнес-процессов. Ключевые понятия эффективности и оптимизации: точка отсчета и параметры деятельности: субъект, объект, предмет, средство, результат. Реинжиниринг бизнес-процессов как метод оптимизации архитектуры бизнес-системы. Инновационный реинжиниринг предприятия сферы услуг. Финансовый инжиниринг</p>

Наименование дисциплины	Финансовый менеджмент
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Анализ и планирование в системе финансового менеджмента	Тема 1.1. Задачи, цели и организация финансового управления. Тема 1.2. Аналитические финансовые документы и их использование в финансовом менеджменте. Тема 1.3. Анализ и оценка финансовой деятельности фирмы; финансовые коэффициенты. Тема 1.4. Финансовое планирование и бюджетирование.
Раздел 2. Анализ и планирование в системе финансового менеджмента	Тема 2.1. Оценка финансовых активов и принятие инвестиционных решений. Тема 2.2. Риски. Тема 2.3. Модель стоимости капитальных активов (САРМ). Тема 2.4. Рынок акций и стоимость долевого капитала. Тема 2.5. Рынок заемного капитала и стоимость долга корпорации. Тема 2.6. Средневзвешенная стоимость капитала и оценка бизнеса фирмы.

Наименование дисциплины	Трансграничное развитие в туризме
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Разделы	Темы
Раздел 1. Безопасность жизнедеятельности человека и среда его обитания	Тема 1.1. Индустрия туризма как одна из наиболее динамично развивающихся сфер в международной торговле услугами в мире. Тенденция развития индустрии впечатлений и значение туризма. Не равномерность динамика международных туристских потоков: лидерство европейского региона (Франция, Испания, Италия и др. страны), динамика роста туристических посещений в Африке и Азиатско-Тихоокеанском регионе. Динамика целей туристических поездок. Значение событийного туризма и, в частности, спортивного туризма современном развитии туристского бизнеса. Динамика транспортных услуг в связи с развитием туризма.

	<p>Персонификация, развитие индивидуального туризма.</p> <p>Прогноз развития туризма в мире, составленный Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) –«Туризм – панорама 2023».</p> <p>Основные тенденции: Диверсификация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, сокращение средней продолжительности туристских поездок, выбор альтернативных средств размещения и транспорта как современный тенденции развития туризма. тенденция превышения темпов роста количества путешествующих в соседние страны или страны ближайших регионов над числом путешествующих в дальние страны. Значение внутреннего туризма в современном развитии индустрии. сельского туризма, кратковременного отдыха, отдыха вне высокого сезона, активных видов туризма, кратковременных поездок в другие города с познавательными целями, выбора туров с проживанием не в гостиницах, а в апартаментах с самообслуживанием как тенденции изменения туристских предпочтений. Предпочтения туристов, связанные с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества.</p> <p>Тема 1.2. Факторы, определяющие динамику и будущее туристской индустрии: конкуренция, информационные технологии, авиаперевозки, туроператорские услуги, а также политические и социальные условия развития.</p> <p>Влияние политики, проводимой государством, демографических и социальных изменений, развития инновационных технологий как факторы динамики туризма. Насыщение некоторых форм и видов туризма, предлагаемых туристскими центрами и странами (например, на рынке пляжного отдыха).</p>
<p>Раздел 2. Политика регионов в сфере туризма</p>	<p>Тема 2.1. Стремление стран сохранить и повысить свою туристскую привлекательность. Основные аспекты политики, направленной на развитие туризма: баланс между ростом спроса и ростом предложения; осуществление планирования развития туризма в соответствии с принципами устойчивого развития; долгосрочные инвестиции в сферу туризма и в развитии инфраструктуры регионов; обеспечение наличия ясных государственных стратегий развития туризма, гибкости и</p>

	<p>оперативности в принятии решений; меры по правовому регулированию въезда туристов в страну – уменьшение числа ограничений. Условия для появления новых туристских продуктов как на уровне индивидуального туризма, связанного с экологическими интересами, так и массового туризма. Выделение государственных бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения туристского продукта на внутреннем и мировом рынках (опыт Великобритании и Испании).</p> <p>Высокий уровень внимания к проблемам развития туризма со стороны средств массовой информации. Тема 2.2. Задача создания образа страны, благоприятной для посещения как государственная задача.</p> <p>Государственная реклама туристского продукта.</p> <p>Учет прогноза развития туризма в мире, составленный Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) – «Туризм – панорама 2023». Задачи на ближайшее десятилетие, сформулированные ЮНВТО: повышение общей ответственности и роли координации со стороны правительств стран, делающих ставку на развитие туризма; обеспечение мер безопасности и своевременного обеспечения туристов необходимой информацией; повышение роли государственной политики в сфере туризма; усиление роли государственно-частных партнерств; необходимость государственных вложений в развитие туризма, прежде всего в продвижение туристского продукта и развитие туристской инфраструктуры.</p>
<p>Раздел 3. Состояние трансграничного туризма в Российской Федерации</p>	<p>Тема 3.1. Доходы от туризма в ВВП с учетом мультипликативного эффекта.</p> <p>Ресурсы туризма в России: культурные центры, рекреационные зоны и экологические территории, объекты туристского показа.</p> <p>Состояние туристской инфраструктуры. Рост гостиничного строительства за счет инвестиций как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. Виды туризма, представляющие особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну: культурно-познавательный, деловой, а также специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный</p>

	<p>(приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).</p> <p>Тема 3.2. Регионы с высоким уровнем развития туристского продукта (Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, регионы Золотого Кольца и др.).</p> <p>Тема 3.3. Регионы со средним уровнем развития туристского продукта (Северо-Западный регион, Центральная Россия, Поволжье, Ростовская область, Приморский край и др.).</p> <p>Тема 3.4. Регионы с недостаточным уровнем развития туристского продукта, но обладающие значительным потенциалом.</p> <p>Прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, Дальневосточный регион Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.). Томская область как перспективный регион туризма.</p> <p>Тема 3.5. Недостатки развития туристской индустрии в России.</p> <p>Проблема транспортной составляющей в обеспечении развития туризма в России.</p> <p>Состояние международного сотрудничества в сфере туризма. Задачи повышения качества туристских и сопутствующих услуг.</p>
<p>Раздел 4.</p> <p>Перспективы и стратегия развития трансграничного туризма в Российской Федерации</p>	<p>Тема 4.1. Цель развития трансграничного туризма в Российской Федерации - формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости и уровня доходов населения.</p> <p>Факторы обеспечения стимулов для успешного развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации как одного из элементов экономического роста, укрепления международного авторитета страны и повышения качества жизни населения.</p> <p>Тема 4.2. Основные задачи развития трансграничного туризма в России.</p> <p>Совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма; развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, общественное питание, индустрия развлечений и др.); создание новых приоритетных туристских центров; рекламно-информационное имиджевое продвижение России как страны, благоприятной для туризма,</p>

	на мировом и внутреннем туристских рынках; повышение качества туристских и сопутствующих услуг; совершенствование визовой политики, в том числе в направлении упрощения условий въезда в нашу страну туристов из трансграничных стран, безопасных в миграционном отношении; обеспечение условий для личной безопасности туристов
--	--

Наименование дисциплины	Сохранение экологического равновесия туристских территорий
Объем дисциплины, ЗЕ/ак.ч.	3 ЗЕ (108 часов)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Разделы	Темы
<p>Раздел 1. Методологические подходы и понятия экологического менеджмента и аудита в сфере туризма и сохранение экологического равновесия</p>	<p>Тема 1.1. Организация туристской и природоохранной деятельности. Туризм как объект междисциплинарных исследований и сфера практической деятельности. Туризм и окружающая среда. Природоохранная деятельность. Туризм и охрана природы. Нормативно-правовая основа развития системы менеджмента и аудита в туризме и природоохранной деятельности. Единство и многообразие пониманий и определений менеджмента туризма. Объект, предмет, цель и задачи экологического менеджмента и аудита в туризме и природоохранной деятельности. Менеджмент и аудит в сфере туризма и природоохранной деятельности. Роль, задачи и функции менеджера в сфере туризма и охраны природы. Функциональные направления деятельности менеджера в туризме и природоохранной деятельности. Профессиональные качества менеджера. Методы менеджмента и аудита. Механизм управления охраной окружающей среды и экологическим равновесием. Экологический аудит в сфере туризма и природоохранной деятельности как элемент экологического менеджмента, его принципы и задачи.</p> <p>Тема 1.2. Национальные и международные нормы состояния окружающей среды и допустимого воздействия на окружающую среду как основа для экологического аудита. Объекты и этапы проведения аудита туристской и природоохранной деятельности. Общая схема проведения аудита. Технология аудита. Экологические требования к осуществлению туристской деятельности.</p>

	<p>Экологический аудит отелей по ряду параметров: отделочные материалы, качество воздуха, энерго- и водоснабжение, освещение, защита от вредных внешних воздействий, утилизация отходов. Аудит как путь к сертификации. Статус экологического сертификата в туризме. Объекты сертификации и критерии для сертификации в туризме. Специфика аудита особо охраняемых природных территорий.</p>
<p>Раздел 2. Природоохранная деятельность</p>	<p>Тема 2.1. Роль и значение природоохранной деятельности. Нормативно-правовая база развития природоохранной деятельности в мире. Понятие об особо охраняемых природных территориях (ООПТ). Роль ООПТ в решении актуальных экологических проблем современности, сохранении биологического и ландшафтного разнообразия. Концепции биологического и ландшафтного разнообразия. Сохранение биологического и ландшафтного разнообразия как одна из целей устойчивого развития территории. Понятие о ландшафтно-экологическом равновесии. Факторы поддержания ландшафтно-экологического равновесия: оптимальное соотношение природных компонентов и оптимальный уровень ландшафтного разнообразия. Природоохранная деятельность в мире История создания сети особо охраняемых природных территорий. Современное состояние ООПТ в мире. Международная классификация ООПТ. Тема 2.2. Категории и типы особо охраняемых природных территорий мира. Национальные парки и резерваты. Заповедники и заказники. Примеры особо охраняемых природных территорий Европы, Азии, Северной Америки, Южной Америки, Африки, Австралии и Новой Зеландии. Цели и роль ООПТ для развивающихся регионов и стран. Социальная и экономическая роль, приоритетные задачи и функции экологического туризма. Экотуризм в пределах особо охраняемых природных территорий и в условиях ненарушенной природы. Туристы в национальных парках мира.</p>
<p>Раздел 3. Типология туристских макрорегионов</p>	<p>Тема 3.1. Типология ведущих стран мира по их специализации на международном туристском рынке. Пять основных туристских типов стран. Первый тип – экономически развитые страны со зрелой системой международного туризма,</p>

	<p>комплексной туристской специализацией. Второй тип: новые туристские страны с интенсивно формирующейся полифункциональной системой международного туризма. Третий тип – среднеразвитые страны с полифункциональной системой международного туризма в стадии трансформации, экстенсивным путем развития международного туризма. Четвертый тип – малые островные государства Карибского бассейна, ориентированные на приморский оздоровительный туризм. Пятый тип – развивающиеся страны со слабо развитым природо-ориентированным рынком международного туризма. Закономерности территориальной организации туристских образований, ориентированных на разные формы и виды туризма.</p>
<p>Раздел 4. Экологические последствия развития туризма. Программы сохранения экологического равновесия</p>	<p>Тема 4.1. Прямое, косвенное, положительное и отрицательное воздействие туризма. Положительное воздействие туризма – охрана и реставрация исторических памятников, создание национальных парков и заповедников, защита берегов и рифов, сохранение лесов и т.д. Негативные воздействия туризма – воздействие на качество воды и воздуха, уничтожение местной фауны, разрушение исторических памятников и т.д. Классификация воздействия туризма на окружающую среду. Воздействие туристской деятельности на компоненты ландшафта. Комплексное влияние на водные экосистемы. Воздействие туристской деятельности на природные территориальные комплексы.</p> <p>Тема 4.2. Потенциальная устойчивость природных комплексов. Стадии дигрессии как характеристика степени изменения свойств природных комплексов. Допустимые нагрузки и методы их расчета. Формирование и классификация ландшафтов, трансформированных туристской деятельностью. Программы Всемирной туристской организации по охране окружающей среды и сохранению экологического равновесия.</p>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Профессор, д.э.н.

Е.С. Богомолова

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.