

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Менеджмент туризма Б1.В.ДВ.7

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):

Гайсина Э.И.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 9418243219

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Гайсина Э.И. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Ealina.Gajsina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины 'Менеджмент туризма' является ознакомление студентов с теорией и практикой менеджмента, изучение основных форм управления предприятиями туристской индустрии, исследование основных видов управленческих решений и методов разработки, знание основ управления туристским предприятием. В результате изучения курса по предлагаемой программе у студентов должны сформироваться умения и навыки в области менеджмента туристской индустрии и разработки управленческих решений.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Курс 'Менеджмент туризма' относится к числу базовых курсов в подготовке бакалавриата. Изучение курса 'Менеджмент туризма' имеет целью научную и практическую подготовку студентов к управленческой деятельности в туристской индустрии.

Обучение студентов по данной программе ведется с учетом предварительного овладения студентами материалами обще-гуманитарных и социально-психологических дисциплин, таких как 'Правоведение', 'Экономика' и дисциплин обще-профессионального цикла ('Психология', 'Социология', 'Менеджмент организации'). Учебный материал и навыки, освоенные в процессе успешной работы по данному курсу, помогут студентам при изучении других общих и специальных программ, связанных с организацией и управлением предприятий различных сфер деятельности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
ПК-2 (профессиональные компетенции)	владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-5 (профессиональные компетенции)	владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

содержание и сущность основных теоретических подходов к определению понятия менеджмента, понимание сущности и особенностей менеджмента в туризме;

- основные функции менеджмента,
- основные методы разработки и реализации управленческих решений на предприятиях туристской индустрии,
- основы самоменеджмента

2. должен уметь:

- формулировать основные принципы управления в туризме;
- описывать системы мотивации и контроля на предприятиях индустрии туризма;
- описывать организационные структуры предприятий сферы туризма.

3. должен владеть:

навыками разработки управленческих решений и основами самоменеджмента.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

способность, готовность и умение применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Туризм как многогранное явление современного мира	7		2	2	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
2.	Тема 2. История развития мирового туризма. Стратегия развития туризма в России	7		2	2	0	
3.	Тема 3. Управление туристской индустрией. Структура индустрии туризма.	7		2	2	0	
4.	Тема 4. Туристский продукт и обеспечение его качества	7		2	2	0	
5.	Тема 5. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма	7		2	2	0	
6.	Тема 6. Управление гостиничным комплексом. Структура гостиничного комплекса.	7		2	2	0	
7.	Тема 7. Управление комплексом услуг предприятий питания. Роль комплекса услуг предприятий питания в туризме	7		2	2	0	
8.	Тема 8. Управление транспортными услугами в туризме	7		2	2	0	
9.	Тема 9. Программный туризм	7		2	2	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Туризм как многогранное явление современного мира

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Существуют как минимум четыре взгляда на туризм как явление современного мира. Эти взгляды представляются в виде сложившихся штампов, отличия между которыми трудно заметны. Туризм как отрасль хозяйства - это наиболее распространенное утверждение о туризме, особенно руководителей регионов, экономистов. Среди тех, кто не согласен с этой трактовкой понятия "туризм" наиболее распространено мнение, что туризм - это межотраслевой комплекс, или рынок, где главенствует туроператор, который из продукции различных отраслей и формирует туристский продукт. В Федеральном законе "Об основах туристской деятельности" туризм предстает как самостоятельный вид экономической деятельности, т. е. деятельности по обслуживанию туристов. Между тем сами туристы твердо уверены, что туризм - это их (туристов) деятельность во время отдыха. Все это означает, что в современном мире туризм выступает как сложное социальное явление, которое имеет много граней, поскольку ни одна из существующих наук не может полностью и исчерпывающим образом охарактеризовать его как объект собственных исследований и ни один из существующих социально-экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем. В этом заключается главная сложность определения понятия "туризм".

практическое занятие (2 часа(ов)):

Работа в группах. Студентам предлагается рассказать о специфике туризма как экономического явления современности с позиции поставщиков туристских услуг и продуктов, а не обывателей и покупателей, рассказать о сложностях и особенностях туристской отрасли, о сильных и слабых сторонах туристской индустрии. Форма предоставления проекта: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 2. История развития мирового туризма. Стратегия развития туризма в России **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Туризм невозможен без передвижения, без территориального перемещения. Истоки туризма уходят во времена кочевий первобытных людей, когда им приходилось преодолевать большие пространства в поисках условий, подходящих для проживания. ♦С того момента туризм прошел много этапов становления, результатом которых стало интенсивное создание инфраструктуры туризма в 50 - 60х гг. XX в. Развитие туризма в России тоже имеет поэтапную структуру: с 90-х г. XIX в. по сегодняшний день российская туристическая индустрия постоянно развивается, совершенствуясь и приобретая все новые направления. Важное значение в объяснении проблематики современного туризма имеет понятие "менеджмента туризма", так как управление как функция - это общая основа любого процесса. Когда достигнута степень насыщения какого-либо туристского района, интенсивность процесса передвижений людей больше не возрастает, некоторые потенциальные посетители отправляются в другие места, создавая благоприятные условия для появления новых мест назначения. В этом случае начинает работать стратегия развития таких мест, к факторам которой относятся: технологический прогресс в средствах связи, транспорте и других секторах, характер места, его географическое положение, инфраструктура, общество и т.д.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 2. Работа в группах. Студентам предлагается подробно изучить стратегию развития новых мест туристского назначения согласно выбранному направлению (поселение, регион, страна). Студентам необходимо разработать стратегию развития нового места туристского назначения, с учетом всех факторов, влияющих на выбор стратегии, от географического положения до менталитета местного населения. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 3. Управление туристской индустрией. Структура индустрии туризма. **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Индустрия туризма многогранна. Множество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Возникновение туристского бизнеса обусловлено интенсивным развитием региональных и международных туристских обменов и сильной разобщенностью потребителя и производителя туристских услуг (гостиницы, рестораны и пр.) как во времени (заблаговременное комплектование и продажа туров), так и в пространстве (разные страны, даже континенты путешествий). Современный туристский рынок достаточно развит. Как и любой другой рынок, туристский рынок в свое время претерпел развитие от рынка продавца, когда производитель решает, какой продукт, в каком количестве производить и где продавать, до рынка покупателя, когда покупатель определяет, что, в каком объеме и по какой цене выпускать производителю. Индустрия туризма достаточно дифференцирована и дает разнообразные возможности для специализированных путешествий. ♦Все виды предложений на туристском рынке должны быть сориентированы на конкретного потребителя, на его пожелания, вкусы и цели путешествия

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 3. Работа в группах. Студентам группе студентов предлагается выбрать несколько видов предпринимательской деятельности в туризме (индустрия развлечений, транспорт, индустрия размещения, индустрия питания и т.д.), подробно раскрыть особенности функционирования выбранных видов, специфику деятельности и их место в общей системе туристского рынка. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 4. Туристский продукт и обеспечение его качества **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Туристский пакет. Структура туристского продукта. Валовой туристский продукт. В отличие от туристских услуг туристский продукт принимает форму товара. ♦ Очень важное отличие туристского продукта от туристской услуги состоит в том, что если туристская услуга может быть куплена и потреблена только в месте ее производства, то туристский продукт может быть приобретен и по месту жительства, но потреблен только в месте производства туристских услуг. Иногда туристский продукт ассоциируют с понятием "туристский пакет". Чем туристский продукт отличается от туристского пакета? Тем, что туристский пакет - это только часть туристского продукта, точнее - обязательная часть тура (тур больше или равен туристскому пакету). ♦ Туристский продукт оценивается как суммарный объем товаров и услуг, производимых в сфере туризма. Он может быть оценен двумя способами: ♦ а) как сумма всех произведенных затрат; ♦ б) как сумма всех расходов туристов (туристских расходов), т. е. доход от туризма. В том и в другом случае измеряется в стоимостном выражении валовой туристский продукт - суммарный объем товаров и услуг, производимых (потребляемых) в сфере туризма

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 4. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается разработать туристский продукт, который мог бы заинтересовать иностранных граждан в посещении Республики Татарстан. Разработка турпродукта включает в себя проработку тура на территории Республики Татарстан, предложения дополнительных туристско-экскурсионных услуг и товаров. ых граждан в посещении Республики Татарстан.

Тема 5. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Организации, занимающиеся составлением и продажей туров, называются туристско-экскурсионными организациями. С точки зрения вида предпринимательства на туристском рынке их можно подразделить на туристские агентства и туристские операторы. ♦ Комплектацией туристского продукта, т. е. формированием набора услуг под названием "тур", занимаются туроператоры. Туроператор (в некоторых странах его называют турорганизатором) производит дифференцированные туристские продукты из составляющих услуг в соответствии с потребностями и пожеланиями клиентов. Турагент реализует туристский продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив-туры) или в виде свободного набора услуг (заказные туры). В международном туризме действует множество туроператоров. Такие фирмы представлены на рынке как в виде мелких и средних предприятий, так и в виде крупных корпораций. На функционирование международного туристского рынка, создание и распространение высоких стандартов обслуживания и передовой технологии оказывают серьезное влияние крупные туристские компании и корпорации. Значительное влияние на развитие туристского рынка оказывают также независимые ассоциации туроператоров и турагентов. Положительный имидж турфирмы - это залог ее конкурентоспособности на рынке туристических услуг. Имидж турфирмы складывается из следующих элементов: название, эмблема, товарный знак, создание постоянной клиентуры, офис, культура обслуживания и т.д.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 5. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается проанализировать туристский рынок Казани и Республики Татарстан: вывести соотношение туроператоров и турагентов. Каждой группе студентов необходимо посетить 2 туроператора (международный и внутренний туризм) В рамках каждого визита студентам необходимо узнать об особенностях деятельности, специфике предлагаемых турпродуктов. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint. тво обслуживания. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 6. Управление гостиничным комплексом. Структура гостиничного комплекса.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Первые гостиницы (караван-сарай), как и сама профессия по обслуживанию путешествующих людей, возникли в далеком прошлом, более чем за 2 тыс. лет до н. э., в древневосточной цивилизации. В современном мире гостиница из дома с меблированными комнатами, предназначенного для временного проживания людей, все чаще превращается в туристский комплекс, полносервисный отель, в котором оказывается множество разнообразных услуг, предназначенных для так называемого целевого потребителя. Гостиницы на автотрассах, железнодорожных вокзалах, при аэропортах, а также гостиницы для деловых людей и бизнесменов в торговых, административных центрах больших городов, курортные гостиницы и пансионаты, конгресс-отели и конгресс-центры, отели "люкс" и апартаменты, гостиницы-казино, передвижные гостиницы и кемпинги, молодежные гостиницы, общежития и горные приюты, дома охотников и рыбаков - вот далеко не полный перечень гостиниц целевого назначения. Для каждого из перечисленных видов характерна тенденция к расширению сервиса и повышению качества услуг

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 6. Работа в группах по 2- 3 человека. Студентам предлагается более подробно ознакомиться с существующими классификациями гостиничных предприятий, а также исследовать гостиничный рынок Казани. Студентам в рамках данного задания необходимо к каждому виду из существующих классификаций подобрать реально существующую гостиницу в г.Казани. Форма представления домашнего задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 7. Управление комплексом услуг предприятий питания. Роль комплекса услуг предприятий питания в туризме

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Созданная изначально для удовлетворения нужд потребителей система предприятий общественного питания также отражает степень экономического развития той или иной страны. В свою очередь, степень развития экономики отражается в доходах населения и в его желании потратить некоторую их часть на предлагаемые услуги, в том числе и услуги предприятий общественного питания. Такие предприятия работают только в том случае, если они организованы в определенную систему конкретных типов предприятий, за каждым из которых закреплены определенные требования к предоставляемым ими услугам. Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Туристская индустрия питания включает в себя: рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики-заготовочные, буфеты, шашлычные, производственные магазины, киоски кулинарии и т. п.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 7. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам необходимо посетить 3-5 мест общественного питания Казани. В рамках каждого визита студентам необходимо собрать наглядный материал и оценить по 5-балльной шкале каждое заведение по следующим критериям: выбор места расположения предприятия питания, режим работы, форма обслуживания посетителей, интерьер зала, чистота, расстановка мебели, сервировка столов и т.д.

Тема 8. Управление транспортными услугами в туризме

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Транспорт - одна из важнейших составных частей материальной базы экономики любой страны. С давних времен транспорт являлся двигателем прогресса. Человек использовал любые подручные средства для перевозки людей и грузов. Транспорт обеспечивает развитие международных экономических отношений, способствуя осуществлению взаимовыгодного обмена между различными странами. Транспортные услуги - один из основных видов услуг в туризме. На них приходится и основная доля в структуре цены тура. В зависимости от продолжительности, дальности путешествия эта доля (в большинстве случаев) колеблется от 20 до 60 %. Различные виды транспорта используются туристскими организациями для перевозки туристов во время путешествий. Основная доля в общей структуре транспортных услуг принадлежит авиационному транспорту. Наибольшее количество туристов, особенно путешествующих на дальние расстояния, пользуются услугами авиации. Автомобильный транспорт можно с полным правом назвать транспортом всеобщего применения, так как он используется повсеместно: от трансферов и экскурсий, внутримаршрутных перевозок автобусами до аренды малолитражных автомобилей туристами для личного пользования на отдыхе. Главный конкурент автобусов в групповых перевозках - железная дорога. В пределах нашей страны она имеет некоторый приоритет и перед авиационными перевозками. Водный транспорт, речной и морской сами по себе уже вызывают образ туристского - круизного обслуживания и используются в туризме достаточно активно. Водные путешествия имеют ряд как преимуществ, так и недостатков по сравнению с другими видами транспорта. ♦

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 8. Работа в группах. Студентам предлагается разделить на группы, представляющие разные виды транспортных услуг в туризме (воздушный транспорт, автотранспорт, железнодорожный транспорт и теплоходный транспорт). В рамках данного задания студентам необходимо проанализировать и представить как можно больше аргументов ?за? ?свой? вид транспорта и аргументов ?против? других видов транспорта, выбранных остальными группами. Форма представления данного задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 9. Программный туризм

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Программное обслуживание - это комплексное предоставление определенного набора услуг клиенту в процессе преодоления им пространства (на транспорте, пешком, на животных или другими способами), подчиненное одной цели (мотиву), побудившей его (клиента) к решению собственных проблем (возможности знакомства, обучения, самовыражения, удовлетворения любопытства и др.) с помощью путешествия. В связи с высокой степенью накала конкурентной борьбы на международном туристском рынке большинство туристских фирм стало предлагать своим клиентам комплексное обслуживание по определенной программе. Это резко и довольно сильно увеличило рынок, расширив систему спроса и предложения, позволило дифференцировать его, а туристским фирмам - специализироваться на том или ином виде программ (тематике, технологии), что, естественно, сразу повысило уровень обслуживания. ♦ Базовой основой программирования туристского обслуживания являются, конечно, вкусы, привычки и пожелания клиентов. Программное обслуживание и рекреационная деятельность взаимосвязаны между собой. Без рекреационной деятельности, без рекреационных занятий невозможна хорошая программа обслуживания. Поэтому можно сказать, что рекреационные занятия также есть основа туристских программ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 9. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается выбрать по 2 вида туризма, изучить их особенности и специфику, и на основании полученных теоретических знаний придумать тур данного вида, который можно было бы предлагать гостям Республики Татарстан. Программа тура должна быть продумана полностью, включая транспорт и питание. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Туризм как многогранное явление современного мира	7		подготовка к презентации	4	презентация
2.	Тема 2. История развития мирового туризма. Стратегия развития туризма в России	7		подготовка к презентации	4	презентация
3.	Тема 3. Управление туристской индустрией. Структура индустрии туризма.	7		подготовка к презентации	4	презентация
4.	Тема 4. Туристский продукт и обеспечение его качества	7		подготовка к презентации	4	презентация
5.	Тема 5. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма	7		подготовка к презентации	4	презентация
6.	Тема 6. Управление гостиничным комплексом. Структура гостиничного комплекса.	7		подготовка письменного домашнего задания	6	письменное домашнее задание

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Управление комплексом услуг предприятий питания. Роль комплекса услуг предприятий питания в туризме	7		подготовка письменного домашнего задания	4	письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Управление транспортными услугами в туризме	7		подготовка письменного домашнего задания	6	письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Программный туризм	7				
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Туризм как многогранное явление современного мира

презентация , примерные вопросы:

Тема 1. Работа в группах. Студентам предлагается рассказать о специфике туризма как экономического явления современности с позиции поставщиков туристских услуг и продуктов, а не обывателей и покупателей, рассказать о сложностях и особенностях туристской отрасли, о сильных и слабых сторонах туристской индустрии. Форма предоставления проекта: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 2. История развития мирового туризма. Стратегия развития туризма в России

презентация , примерные вопросы:

Тема 2. Работа в группах. Студентам предлагается подробно изучить стратегию развития новых мест туристского назначения согласно выбранному направлению (поселение, регион, страна). Студентам необходимо разработать стратегию развития нового места туристского назначения, с учетом всех факторов, влияющих на выбор стратегии, от географического положения до менталитета местного населения. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 3. Управление туристской индустрией. Структура индустрии туризма.

презентация , примерные вопросы:

Тема 3. Работа в группах. Студентам группе студентов предлагается выбрать несколько видов предпринимательской деятельности в туризме (индустрия развлечений, транспорт, индустрия размещений, индустрия питания и т.д.), подробно раскрыть особенности функционирования выбранных видов, специфику деятельности и их место в общей системе туристского рынка. Форма представления задания: презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 4. Туристский продукт и обеспечение его качества

презентация , примерные вопросы:

Тема 4. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается разработать туристский продукт, который мог бы заинтересовать иностранных граждан в посещении Республики Татарстан. Разработка турпродукта включает в себя проработку тура на территории Республики Татарстан, предложения дополнительных туристско-экскурсионных услуг и товаров. ых граждан в посещении Республики Татарстан.

Тема 5. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма

презентация , примерные вопросы:

Тема 5. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам предлагается проанализировать туристский рынок Казани и Республики Татарстан: вывести соотношение туроператоров и турагентов. Каждой группе студентов необходимо посетить 2 туроператора (международный и внутренний туризм) В рамках каждого визита студентам необходимо узнать об особенностях деятельности, специфике предлагаемых турпродуктов. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint. тво обслуживания. Форма предоставления домашнего задания - презентация Microsoft PowerPoint.

Тема 6. Управление гостиничным комплексом. Структура гостиничного комплекса.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Тема 6. Работа в группах по 2- 3 человека. Студентам предлагается более подробно ознакомиться с существующими классификациями гостиничных предприятий, а также исследовать гостиничный рынок Казани. Студентам в рамках данного задания необходимо к каждому виду из существующих классификаций подобрать реально существующую гостиницу в г.Казани. Форма представления домашнего задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 7. Управление комплексом услуг предприятий питания. Роль комплекса услуг предприятий питания в туризме

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Тема 7. Работа в группах по 2-3 человека. Студентам необходимо посетить 3-5 мест общественного питания Казани. В рамках каждого визита студентам необходимо собрать наглядный материал и оценить по 5-балльной шкале каждое заведение по следующим критериям: выбор места расположения предприятия питания, режим работы, форма обслуживания посетителей, интерьер зала, чистота, расстановка мебели, сервировка столов

Тема 8. Управление транспортными услугами в туризме

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Тема 8. Работа в группах. Студентам предлагаетсяделиться на группы, представляющие разные виды транспортных услуг в туризме (воздушный транспорт, автотранспорт, железнодорожный транспорт и теплоходный транспорт). В рамках данного задания студентам необходимо проанализировать и представить как можно больше аргументов ?за? ?свой? вид транспорта и аргументов ?против? других видов транспорта, выбранных остальными группами. Форма представления данного задания - отчет в Microsoft Word.

Тема 9. Программный туризм

Итоговая форма контроля

зачет (в 7 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Туристский рынок: специфика и отличительные черты.
2. Туризм как общественное движение.
3. Явление антиномичности туризма.
4. Возникновение и этапы развития мирового туризма.
5. Зарождение и развитие российского туризма.
6. Современное понимание роли туризма в экономическом и социальном развитии государства.
7. Причины и цели появления мест туристского назначения, элементы характера нового места туристского назначения.
8. Модели развития мест туристского назначения.
9. Туристский рынок: определение, основные элементы, функционирование.
10. Дифференциация туристского рынка: цели и основания.
11. Виды предпринимательства на туристском рынке.
12. Системы унификации и стандартизации записи туристской информации. Туристский продукт: определение, характеристика, технология составления.
13. Структура туристского продукта: основные элементы и их характеристика.
14. Валовой туристский продукт как доход и как затраты.
15. Туристский пакет: определение понятия и структура.
16. Роль турагента на рынке туристских услуг. Основные задачи и формы туристских агентств, их классификации.
17. Роль туроператоров на рынке туристских услуг. Основные классификации туристских операторов.
18. Взаимодействие туроператоров и турагентов на международном туристском рынке.
19. Определение понятия "имидж туристской фирмы", его элементы и роль в успешном функционировании турфирмы на рынке туристских услуг.
20. История развития гостиничной индустрии: основные этапы и их характеристика.
21. Виды гостиниц и других средств размещения туристов.
22. Характеристика современного состояния и тенденций развития мирового гостиничного комплекса.
23. Характеристика гостиничного хозяйства России.
24. Услуги предприятий питания как элемент туристской индустрии.
25. Принципы функционирования предприятий питания.
26. Классификация предприятий питания.
27. Роль уровня предприятий питания в формировании положительного имиджа региона.
28. Основы программного туризма: определение понятия, специфика и основные характеристики.
29. Основные виды услуг и программы обслуживания.

30. Мотивация туристов при программном туризме.
31. Основные виды туризма: специфика и особенности
32. Каковы современные тенденции развития туризма в России?

7.1. Основная литература:

1. Быстров Сергей Александрович Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие / Быстров С.А. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-91134-609-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/423744>
2. Туристские ресурсы России♦: практикум / Н.Г. Можяева. ? М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2017. ? 112 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/546722>
3. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности♦: учебник / С.А. Быстров. ? М. : ИНФРА-М, 2018. ? 375 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/961834>

7.2. Дополнительная литература:

1. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме : монография / С.П. Казаков. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. ? 98 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/907606>
2. Правовое обеспечение гостиничной деятельности♦: учеб. пособие / Н.А. Вотинцева. ? М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. ? 299 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/773630>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса - <http://www.ratanews.ru/asp/news.asp>
- Интернет сайт для турагентств и туристов - <http://tourexpri.com/ru/index.html>
- Информационное агентство Туринфо - http://www.tourinfo.ru/content/rating/rating_2008.php.
- Информационный сайт Travel - <http://www.travel.ru/search/result.html>.
- Информационный сайт РОЛ Бизнес - <http://www.finance.rol.ru/news/article15646/default.asp>
- Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации - <http://www.russiatourism.ru/files>.
- Туристический бизнес для профессионалов - <http://www.tourbus.ru/archive>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент туризма" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- интерактивная доска в мультимедийном классе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Гайсина Э.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.