



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 43.04.02 Туризм,
направленность (профиль) «Управление импортозамещением в туризме»**

Иностранный язык в профессиональной деятельности

Цель дисциплины: подготовке обучающихся является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения

Задачи дисциплины:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
 - овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
 - уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным и этическим проблемам;
 - овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;
 - научиться аннотировать и реферировать профильную литературу;
 - научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие
- подязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;

- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры

Уметь:

– реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;

– осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;

– соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

– работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения

Владеть:

– базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;

– языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;

– различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;

– навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;

– навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;

– различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;

– навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;

– навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;

– способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;

– приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;

– навыками реферирования и аннотирования научной литературы;

информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов

Методология исследовательской деятельности и академическая культура

Цель дисциплины: формирование у обучаемых компетенций, позволяющих им, понимать и глубоко осмысливать основные положения методологии научного исследования с целью расширения интеллектуального потенциала, формирования научного мировоззрения и методологической культуры. А так же развить представления о принципах и методах исследования применительно к предметной области магистерской программы

Задачи дисциплины:

- ввести понятийный аппарат научно-исследовательской деятельности, дать представление об основных понятиях методологии научного исследования, формах и методах научного познания, принципах организации научно-исследовательской деятельности;

- ознакомить с характеристиками и значимыми признаками научных текстов разных типов (аннотация, реферат, рецензия, доклад, тезисы, статья и пр.);
- сформировать основу научной методологической культуры;
- заложить основы для осуществления устного и письменного анализа явлений, процессов и ситуаций, возникающих в практике туристской деятельности.
- сформировать умения использовать полученные знания о методологии и методах организации научного исследования в своей учебно-профессиональной деятельности;
- ознакомить с методикой и технологией написания, оформления и защиты магистерской диссертации в соответствии с нормами стиля и требованиями к содержанию данного вида НИР

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Уметь: анализировать особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем; применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии; навыками применять принципы недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении.

Владеть: навыками анализировать особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем; навыками применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии; навыками применять принципы недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении

Межкультурное взаимодействие

Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения в мультикультурных, полиэтнических и поликонфессиональных обществах, адаптации к новым культурным и культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур, для понимания растущей роли межкультурного диалога, компромисса и согласия в повседневной и профессиональной жизни современного общества

Задачи дисциплины:

1. способствовать осознанию коммуникативных моделей различных культур;
2. повысить уровень культурной осведомленности и расширить запас фоновых знаний студентов относительно особенностей коммуникации с представителями других культур;
3. снизить уровень коммуникативной напряженности и период адаптации к иным стандартам коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю и основные концепции направления «межкультурная коммуникация»; культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;
- структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации;
- закономерности освоения «чужой» культуры и механизм межкультурного понимания;
- особенности, причины и способы преодоления межкультурных конфликтов

- историю и основные концепции направления «межкультурная коммуникация»; культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;

- структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации;

- закономерности освоения «чужой» культуры и механизм межкультурного понимания;

- особенности, причины и способы преодоления межкультурных конфликтов

- историю и основные концепции направления «межкультурная коммуникация»; культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;

- структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации;

- закономерности освоения «чужой» культуры и механизм межкультурного понимания;

- особенности, причины и способы преодоления межкультурных конфликтов

- уровни стратегического управления для межкультурного взаимодействия

Уметь:

- выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;

- использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации;

- моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций в процессе межкультурных коммуникаций;

- выявлять конкретные возможности и особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде

- выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;

- использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации;

- моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций в процессе межкультурных коммуникаций;

- выявлять конкретные возможности и особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде

- выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;

- использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации;

- моделировать ситуации достижения консенсуса и согласованности позиций в процессе межкультурных коммуникаций;

- выявлять конкретные возможности и особенности осуществления диалога в различных сферах социальной и политической жизни и в мультикультурной среде

- осуществлять стратегическое управление туристкой деятельностью в сфере межкультурного взаимодействия

Владеть:

- навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде, включая навыки трансформации конкурентной конфликтной коммуникации в культурный диалог и сотрудничество;

- навыками управления конфликтными ситуациями;

- навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями;

- навыками согласования позиций, в случае их несовпадения;

- методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах

- навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде, включая навыки трансформации конкурентной конфликтной коммуникации в культурный диалог и сотрудничество;

- навыками управления конфликтными ситуациями;

- навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями;

- навыками согласования позиций, в случае их несовпадения;

-методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах

- навыками управления ситуациями общения в мультикультурной среде, включая навыки трансформации конкурентной конфликтной коммуникации в культурный диалог и сотрудничество;

- навыками управления конфликтными ситуациями;

- навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями;

-навыками согласования позиций, в случае их несовпадения;

-методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах

- навыками согласования интересов между различными уровнями в туристской организации

Анализ глобальных трендов будущего

Цель дисциплины: формирование у студентов представления об основных трендах мирового развития и глобальных проблемах современности

Задачи дисциплины:

• дать студентам представление о закономерностях формирования трендов мирового развития;

• обозначить научно-понятийное пространство применительно к проблемам анализа трендов мирового развития и глобальных проблем современности;

• обучить студентов анализировать воздействие мегатрендов мирового развития и пути решения глобальных проблем современности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. подходы оценки последствий принятых решений
2. действующие правовые нормы
3. особенности межкультурного взаимодействия с учетом этнических, религиозных и национальных особенностей контрагентов

4. тенденции изменения в устойчивой среде основ здоровьесбережения

5. основы планирования рабочего и свободного времени в структуре изменений внешней среды

6. особенности контроля и соблюдения норм ЗОЖ в структуре глобальных изменений

Уметь:

1. оценивать возможные последствия принимаемых решений
2. планировать реализацию задач в зоне своей ответственности
3. осуществлять эффективное межкультурное взаимодействие в области профессиональной деятельности

4. выбрать берегающие технологии жизнь и здоровье туристов

5. планировать и сочетать нагрузки на организм

6. определять технологии здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях

Владеть:

1. навыком применения методов оценки принятых решений
2. навыком принятия эффективных решений в зоне собственной ответственности

3. навыком коммуникации с представителями разных культурных общностей

4. навыками поддержки здорового образа жизни

5. навыками эффективного обеспечения работоспособности

6. навыками соблюдения стандартов безопасности и соблюдения здоровья туристов в условиях глобальных изменений

Технологии открытых систем в индустрии туризма

Цель дисциплины: сформировать у студентов магистратуры компетенции, позволяющие определять привлечение ресурсов и технологий других компаний для быстрого и эффективного решения задач туркомпаний

Задачи дисциплины:

способствовать применению стандартов открытых процессов де-факто и де-юре;

2) познакомить с практиками внедрения современных технологий для стартапа;

3) познакомить с технологиями сотрудничества с сетями «экспертов».

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы выстраивания инновационной компоненты в структуре операционной деятельности туристской компании

2. основы обработки и интерпретации поступающей информации из внешней и внутренней организационной среды

3. основы определения ключевых задач в профессиональной деятельности

4. технологии решения поставленных задач в рамках туристского проекта

5. основные аспекты обеспечения наилучшего соответствия получаемых результатов ожиданиям на предприятиях индустрии туризма

6. основы интеграции систем с профессиональным ПО в сфере туризма

7. особенности стратегического анализа в туризме

8. основы обеспечения приоритетных направлений деятельности туристских компаний

9. определяющие показатели эффективности

Уметь:

1. анализировать поставленные задачи в туристской сфере

2. обрабатывать информацию и формировать собственные точки зрения

3. определять связь между задачами в рамках открытых систем

4. при решении задач ориентироваться на результаты

5. ставить ориентиры на результаты в рамках парадигмы открытых инноваций в туризме

6. организовывать процессы в открытых системах

7. выбирать технологии стратегического анализа туристских проектов

8. устанавливать условия разработки направлений развития туристских проектов

9. принимать управленческие решения на основе параметров ПУТСОМ

Владеть:

1. навыками интерпретации полученных результатов в рамках декомпозиции задач туристской направленности

2. навыками формирования собственного мнения и предложения на основе анализа туристской и сопутствующей информации

3. навыками выстраивания траектории решения поставленных задач в туризме

4. навыками проведения оценки проектов

5. навыками применения концепций открытых инноваций в решении задач проектов туристской направленности

6. навыками отбора профессиональных программ с системами компаний

7. навыками применения методов стратегического анализа туристских предприятий

8. навыками выбора приоритетных направлений стратегического анализа деятельности компаний
9. навыками оценки эффективности управленческих решений на основе теории открытых систем

Маркетинг и брендинг туристско-рекреационных территорий

Цель дисциплины: привить умение применять эти знания в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных способов и средств информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки информации; способности к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; выработать умения применять современные и актуальные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения

Задачи дисциплины:

- 1) сформировать навыки создания и развития брендов в туризме, как основных способов дифференциации продуктов, инструментов продвижения их на рынок;
- 2) уметь создавать долгосрочные связи с потребителями на основе актуальных для потребителей ценностей, заложенных в бренд.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методы оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. основные понятия маркетинговых коммуникаций
3. основные понятия маркетинга
4. варианты создания бренд-имиджа
5. основные этапы брендинга
6. основные цели брендинга в туризме
7. маркетинговые стратегии в туризме
8. практики внедрения маркетинговых стратегий в деятельность компаний

Уметь:

1. управлять кампанией по продвижению турпродукта
2. на практике использовать интегрированные маркетинговые коммуникации
3. разрабатывать инструменты маркетинговых коммуникаций
4. проводить мониторинг бренда и оценивать его эффективность
5. планировать бренд (формулировать сущность бренда, проводить позиционирование; разрабатывать стратегии управления брендом)
6. проводить анализ рыночной ситуации, целевой аудитории (текущего состояния бренда)
7. определять стратегии и программы в сфере туризма
8. внедрять маркетинговые стратегии в рамках планирования развития туристско-рекреационных территорий

Владеть:

1. навыками внедрения в практику турпредприятий маркетинговых коммуникаций с использованием творческого потенциала
2. методами оценки эффективности использования маркетинговых коммуникаций
3. навыками использования маркетинговых коммуникаций как способа саморазвития и самореализации
4. навыками продвижения бренда с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций
5. навыками формирования комплекта документов бренда (брендбук) на соответствующих уровнях проектов

6. навыками разработки системы визуальной и вербальной идентификации на федеральном, региональном и муниципальном уровне
7. навыками выработки стратегических маркетинговых решений в туристической индустрии
8. навыками использования сети интернет при планировании маркетинговых стратегий

Лабораторный практикум по технологиям организации туристской деятельности

Цель дисциплины: является получением студентами знаний и умений в области туристской деятельности в максимально структурированном виде, что в значительной степени позволит облегчить процесс его изучения и применения полученных знаний и компетенций на практике

Задачи дисциплины:

- 1) формирование способности студентов осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;
- 2) обучение студентов методам разработки и особенностям применения технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме
2. нормативно-правовые документы национального и международного уровня, регулирующие договорные отношения в туризме
3. теоретические основы проектирования программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей
4. правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов
5. варианты создания бренд-имиджа
6. технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
7. особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме
8. основы личного развития в туризме
9. тенденции рынка труда в туризме
10. основы карьерного роста и развития
11. основы технологий туристской деятельности
12. условия взаимоотношения с партнерами поставщиками услуг
13. процессы организационной диагностики
14. основы разработки и внедрения сервисных операционных процедур
15. оценку качества оказываемых услуг

Уметь:

1. проводить экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах
2. диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии
3. применять знания в области стандартизации туристических услуг и контроля их выполнения
4. проводить мониторинг бренда и оценивать его эффективность
5. выбирать и применять эффективные технологии продаж

6. разрабатывать калькуляцию для конкретного тура
7. расставлять приоритеты собственного развития и интересов в туризме
8. анализировать тенденции на рынке труда в части выстраивании собственной траектории развития в туризме
9. планировать собственную карьерную траекторию в рамках интересующих туристских направлений
10. формировать технологическую концепцию туристского предприятия
11. Планировать и осуществлять контроль за реализацией туристического проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии
12. управлять процессами организационной диагностики
13. разрабатывать конкретные операционные процедуры в туризме
14. сопоставлять оказанные услуги туристам с нормативными требованиями

Владеть:

1. оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом
2. организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности
3. основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности
4. технологией разработки стандартов организации
5. навыками продвижения бренда с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций
6. навыками практической работы с использованием информационных технологий в страховании туристов
7. навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта
8. навыками планирования исследований и аналитических работ в туризме в соответствии с собственными интересами
9. навыками формирования собственной траектории профессионального роста и развития в туризме
10. навыками определения собственного профессионального развития
11. навыками выработки наилучших направлений формирования технологических концепций туристского предприятия
12. навыками формирования проекта договора, с гостиницами, ресторанами, транспортными предприятиями, музеем
13. навыками организационного проектирования деятельности предприятий сферы туризма
14. навыками развития операционных процедур работы с туристами в соответствии с международными стандартами качества
15. навыками работы с мнениями потребителей и других заинтересованных сторон

Основы пространственной организации туристско-рекреационной деятельности

Цель дисциплины: формирование целостного представления об основных теориях пространственной организации туризма и методах управления развитием территорий, а также выработка умения анализировать территориальные туристские проблемы и тенденции, формировать системы целей и задач территориальной политики и управления, эффективно применять инструменты содействия туристскому инфраструктурному и социально-экономическому развитию туристских территорий

Задачи дисциплины:

- Раскрыть особенности представления о туристско-ресурсном потенциале территории;

- Продемонстрировать технологии методики;

- Дать оценку перспективам развития видов туризма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные понятия, теории и модели пространственной экономики и управления в туристской индустрии

Уметь:

критически оценивать теоретические и эмпирические исследования по пространственной организации туристской деятельности и их результаты

Владеть:

методами сбора, обработки и анализа данных по пространственной организации туризма и управлению.

Международные системы управления качеством в туризме

Цель дисциплины: является формирование у магистрантов компетенций в области менеджмента качества услуг туристской индустрии в современных условиях

Задачи дисциплины:

– уметь разрабатывать и внедрять стандарты качества комплексного туристского обслуживания потребителей, организовывать работы по стандартизации и сертификации туристского продукта;

– проводить системный анализ конкурентного рынка туристских услуг с целью эффективного функционирования туристской индустрии и удовлетворения запросов потребителей;

– принимать тактические и стратегические решения в разработке и реализации конкурентоспособных туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства

2. методологию формирования стандартов для операционных процессов компании

компании

3. механизмы управления деятельностью предприятий индустрии туризма и гостеприимства

гостеприимства

Уметь:

1. применять законодательные и нормативно – правовые акты в туристской деятельности

2. анализировать существующие формы управления персоналом, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию

3. применять нормативно-правовую базу в туристской деятельности в рамках инновационных инициатив

Владеть:

1. навыками использования правовых норм в обеспечении безопасности и оптимизации рисков в туристской индустрии

2. Навыками оценки качества реализации операционных процессов компании

3. разработки бизнес-плана инновационного проекта в индустрии туризма

Практики маркетинговых исследований

Цель дисциплины: изучить вопросы, связанные с теорией и практикой маркетинговых исследований в международном туризме, особенностями организации, планирования и проведения маркетинговых исследований туризме, сформировать навыки по организации исследований и проведению мониторинга за формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов

Задачи дисциплины:

- обучение студентов маркетинговым исследованиям в международном туризме;
- формирование современного понимания концепции маркетинга в международной туристской индустрии;
- формирование навыков по применению научных методов исследования, современных достижений и передовых технологий при проведении научно-исследовательских работ в сфере маркетинга и всех направлений развития туризма;
- формирование навыков планирования, организации и проведения маркетинговых исследований в рамках мониторинга по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методики выявления и критического анализа проблемных ситуаций в области профессиональной деятельности, а также основы их системного анализа
2. методы и инструменты научно-аналитического обоснования выбора передовых технологий и организационно-управленческих инноваций при проведении научно-исследовательских работ для их применения по всем направлениям развития туризма

Уметь:

1. обрабатывать и анализировать различную информацию в области профессиональной деятельности, применять системный подход в выработке инновационных предложений
2. применять научные методы исследования, современные достижения и передовые технологии при проведении научно-исследовательских работ по всем направлениям развития туризма

Владеть:

1. навыками критического анализа инновационных предложений и выработки стратегий по их развитию
2. навыками использования научных методов и современных инструментов научно-аналитического обоснования при проведении исследований для выбора передовых технологий для их применения в развитии туризма

Туризм и цифровая экономика

Цель дисциплины: являются формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг

Задачи дисциплины:

- рамочные условия осуществления электронного бизнеса в туристической индустрии;
- технические и технологические практики выстраивания партнерских отношений с бизнес-партнерами;
- практику выстраивания отношений в сегментах B2B, B2C, B2G и пр.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные подходы информатизации бизнес-процессов туристического бизнеса
2. основные информационные технологии и системы туристического бизнеса

Уметь:

1. анализировать и формировать ценностное предложение информационных решений для различных туристических предприятий
2. осуществлять базовое прототипирование прикладных решений туристического бизнеса

Владеть:

1. навыками проведения рекламных кампаний в Интернет для туристического бизнеса
2. навыками анализа данных туристического бизнеса с помощью в Power BI

Система управления устойчивым развитием туризма

Цель дисциплины: сформировать систему знаний об устойчивости в туризме как совокупности видов деятельности по организации эксплуатации и охраны рекреационных комплексов при использовании их в различных видах туристско-рекреационной деятельности

Задачи дисциплины:

–ознакомить студентов с важнейшими тенденциями развития и глобальными проблемами человечества в начале XXI века;

–ознакомить студентов с основными методами эксплуатации и охраны рекреационных ресурсов и направлениями их использования в учреждениях туристской индустрии;

–изучить перспективные направления эколого-туристской деятельности;

–исследовать особенности экологического использования туристских и курортных территорий;

–ознакомить студентов с методами проектирования комфортной окружающей среды на туристско-рекреационных территориях;

–сформировать представления об административно-правовых механизмах охраны окружающей среды, используемых государством для принуждения хозяйствующих субъектов к соблюдению природоохранных норм;

–ознакомить студентов с понятием «экологический аудит», изучить современную практику и перспективы внедрения в туристскую индустрию России.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы концепции туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии

2. дистанционные технологии повышения квалификации персонала предприятий сферы туризма в регионах и/или туристских кластерах

Уметь:

1. формировать идею проекта, организовывать проектную деятельность

2. анализировать дистанционные технологии повышения квалификации персонала

Владеть:

1. навыками формирования идеи проекта, организации проектной деятельности на основе управления устойчивым развитием туризма

2. навыки проведения анализа дистанционных технологий повышения квалификации персонала

ESG-отчетность в индустрии туризма

Цель дисциплины: являются формирование представления об основных параметрах формирования нефинансовой отчетности организаций сферы туризма, ориентирующихся на инновационные стратегии развития в структуре концепции устойчивого развития туризма

Задачи дисциплины:

- знакомство с требованиями ESG параметров;
- научение формирования отчетности в соответствии с требованиями параметров устойчивого развития туризма;
- знакомство с практиками ESG отчетности в индустрии туризма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. ключевые параметры устойчивым управлением туристскими проектами
2. основы ESG-отчетов
3. требования к оценке показателей ESG и их соответствия туристскому бизнесу

Уметь:

1. проводить оценку туристских проектов по параметрам устойчивого развития туризма
2. составлять структуру параметров ESG в туризме
3. проводить экспертизу туристских проектов на требования устойчивого развития

Владеть:

1. навыками формирования нефинансовых параметров оценки туристских проектов
2. навыками приведения КФУ туристской компании к структурным показателям устойчивого туризма и открытых инноваций
3. навыками применения ESG параметров в управлении комплексной эффективностью туристских проектов

Рекламная деятельность в международном туризме

Цель дисциплины: изучение практик рекламного дела в сфере услуг и туризма наряду с другими коммуникационными процессами и технологиями; в овладении основными технологиями рекламного дела, приемов медиа-планирования и рекламного консалтинга; формировании профессиональных компетенций в области маркетинговой и рекламной деятельности, осуществления аналитических, проектных и презентационных работ в этой области

Задачи дисциплины:

- усвоение студентами основных терминов и понятий в области рекламного дела, их включения в профессиональный язык специалиста по сервису и туризму;
- включение в профессиональный багаж умения «читать» современную рекламу, оформлять техническое задание на создание рекламных продуктов и производить экспертизу таковых;
- овладение необходимыми профессиональными навыками создания рекламной продукции, составления медиаплана для рекламных кампаний;
- формирование навыков профессионального оформления и профессионального «чтения» рекламных материалов на предприятиях туризма и сервиса, способов организации дела в данной области деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии
2. технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях

Уметь:

1. применять методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии и осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами
2. применять методы технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях

Владеть:

1. навыками взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами
2. применять методы технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях

Научно-исследовательский семинар "Открытый туризм: инновации, краудсорсинг, коллаборация"

Цель дисциплины: освоение методологии научно-исследовательской деятельности в сфере организационного обеспечения инновационных проектов в международном туризме и формирование методологической готовности магистранта к осуществлению научно-исследовательской деятельности

Задачи дисциплины:

- обучение умениям и навыкам академической работы;
- подготовка и проведение научных исследований;
- подготовка и написание научных работ;
- подготовка к презентации и публичному выступлению с результатами научно-исследовательской работы;
- академическое обсуждение и критика готовых научно-исследовательских работ, выработка умений и навыков ведения научной дискуссии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности вовлечения в хозяйственный оборот ресурсов, идей, получаемых из внешней среды
2. основы коллаборации со всеми сторонами проектов

Уметь:

1. проводить исследование практик коллаборации в целях развития туристских проектов
2. применять практики налаживания и длительного поддержания отношений с партнёрами и потребителями

Владеть:

1. навыками планирования задач развития туристских проектов с учетом ограничений нормативного и ресурсного характера
2. навыками совместного творчества и коллаборации с заинтересованными сторонами в туризме

Интеллектуальная собственность и развитие туризма

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся представление о роли инструментов интеллектуальной собственности в развитии туризма, его организации и популяризации

Задачи дисциплины:

- ознакомление с историей развития прав интеллектуальной собственности, имеющих значимость для туристической сферы;
- приобретение практических навыков разработки туристских продуктов с учетом прав интеллектуальной собственности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности планирования работы в области интеллектуальной собственности
2. права интеллектуальной собственности, применяемые в сфере туризма

Уметь:

1. вырабатывать рациональные решения в части нематериальных активов в условиях ограниченных ресурсов
2. обеспечивать соблюдение прав интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности

Владеть:

1. навыками принятия решений условиях действующей нормативно-правовой базы
2. навыками разработки туристских продуктов с учетом прав интеллектуальной собственности

Второй иностранный язык (европейский)

Цель дисциплины: подготовка обучающихся является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения

Задачи дисциплины:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным и этическим проблемам;
- овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;
- научиться аннотировать и реферировать профильную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;

- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры
- Уметь:*
- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения
- Владеть:*
- базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;
- языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
- различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
- способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
- навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
- информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.

Второй иностранный язык (восточный)

Цель дисциплины: подготовка обучающихся является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения

Задачи дисциплины:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным и этическим проблемам;
- овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;
- научиться аннотировать и реферировать профильную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения

Владеть:

- базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;

- языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
- различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
- способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
- навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
- информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.

Стратегии деловых переговоров

Цель дисциплины: познание теоретических основ и овладение практическими технологиями современного переговорного процесса, формирование коммуникативно развитой личности, осознанно и гибко владеть искусством подготовки, ведения переговоров, принятия конструктивных решений

Задачи дисциплины:

1. Раскрытие места «Стратегия деловых переговоров» как интегральной дисциплины в системе социо-гуманитарного знания.
2. Вооружение бакалавров рациональной эффективной технологией подготовки и результативной техникой ведения переговоров.

Теоретическое и практическое ознакомление с видами, жанрами, техниками подготовки и ведения переговоров, которые наиболее полно соответствуют профессиональным и личностным запросам обучаемых

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;
2. природу культурных различий и межкультурных взаимодействий, специфику и возможности преодоления межкультурных барьеров;
3. структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации
4. Культурно-коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;

1. структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации

Уметь:

1. Выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации;
2. использовать приемы дискурсивной (диалогической) коммуникации
3. Выбрать подход, стиль и способ управления ситуацией коммуникации

Владеть:

1. Навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями; навыками согласования позиций, в случае их несовпадения; методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах
2. Навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями

Стратегическое лидерство и креативные технологии

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых, профессиональных знаний теории, принципов и основ лидерства, а также креативных техник развития и совершенствования лидерских качеств при осуществлении профессиональной деятельности

Задачи дисциплины:

- Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене лидерства как ресурсной составляющей профессионального потенциала работника сферы туризма;
- Сформировать представление о современных креативных технологиях в области лидерства для работника сферы туризма
- Сформировать систему знаний, необходимых для анализа роли лидерской компоненты при принятии управленческого решения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы эффективного осуществления научно-аналитического выбора организационно-управленческой инициативы
2. подходы к анализу материально-технических ресурсов, необходимых для организации повышения квалификации сотрудников сферы туризма

Уметь:

1. осуществлять обоснованный выбор среди различных вариантов организационно-управленческих инициатив
2. проводить анализ материально-технических ресурсов необходимых для организации повышения квалификации персонала предприятий сферы туризма в регионах и/или туристских кластерах за счет использования дистанционных технологий

Владеть:

1. навыком применения эффективных организационно-управленческих инициатив на предприятиях сферы туризма
2. навыком организации определения эффективной формы повышения квалификации сотрудников на предприятиях сферы туризма

Форсайт в туризме

Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры применения Форсайт-технологий, освоение студентами теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области подготовки и проведения Форсайт-исследований, создание у обучающихся целостной системы знаний, умений и навыков по анализу потребностей, формирования и оценке качества применения технологии Форсайт для разработки и реализации долгосрочных стратегий развития в туризме

Задачи дисциплины:

- освоение теории, методологии и технологии Форсайта;
- разработка и реализация мероприятий по формированию целостности взглядов на вопросы организации и проведения Форсайт-исследований;
- организация и осуществление Форсайт-исследований;
- применение разнообразных методов при проведении Форсайт-исследований;
- оценка условий, возможности и целесообразности проведения Форсайта в различных условиях;
- анализ научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по организации и проведению Форсайта;
- развитие практических навыков по применению методологии Форсайт для решения задач туриндустрии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы теории прогнозирования и моделирования ситуаций в рамках профессиональной деятельности
2. особенности выстраивания взаимоотношений с потребителями и заинтересованными сторонами на основе прогнозов ситуаций
3. основы функции контроля за результатами труда персонала
4. аналитические процедуры технологий развития персонала
5. основы проведения анализа ресурсов

Уметь:

1. анализировать стратегии своей деятельности и уметь идентифицировать стратегии представителей отрасли в рамках организационного и институционального регулирования
2. обрабатывать получаемую информацию развития событий в перспективах краткосрочного и долгосрочного характера
3. определять результативность труда с особенностями контрактных отношений
4. определять в структуре контрактных отношений возможности кадрового резерва
5. выискивать ресурсные возможности для развития персонала в структуре теории контрактов

Владеть:

1. навыками выстраивания стратегических форм сотрудничества с организациями в будущей профессиональной деятельности
2. навыками применения инструментов Форсайта для выработки решений относительно будущего туристских проектов для потребителей и партнеров
3. навыками проведения оценочных процедур результатов труда
4. навыками развития компетенций в структуре кадровых ресурсов
5. навыками проведения мероприятий, направленных на развитие необходимых компетенций персонала

Развитие кадровых ресурсов в туристской отрасли

Цель дисциплины: знакомство студентов с основными методами, принципами и функциями управления персоналом, используемых на отечественных и зарубежных туристских фирмах, а также в обучении студентов формам и методам отбора и найма персонала, планированию карьеры и формированию резерва руководящих кадров туристских фирм

Задачи дисциплины:

- 1) развитие способности анализировать результаты исследований в контексте целей и задач туристской организации;
- 2) развитие способности использовать нормативные правовые акты в профессиональной деятельности, анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты;
- 3) овладение знаниями основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики туристской организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала туристской организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике;
- 4) овладение знаниями основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. кадровое обеспечение бизнес-процессов организаций индустрии туризма
2. соотнесение функций и уровней персонала предприятий индустрии туризма с бизнес-процессами
3. основы функции контроля за результатами труда персонала
4. подходы к оценке и аттестации персонала, кадровому аудиту, кадровому резерву. Аспекты отбора персонала в индустрии гостеприимства: поиск, анализ документов, интервьюирование, тестирование. Методики оценки профессионально-значимых, личных и деловых качеств
5. основные аспекты обеспечения наилучшего соответствия персонала и основных технологий гостиничной деятельности. Ключевые показатели деятельности (Key Performance Indicators – KPI), дополнительные показатели для персонала предприятий индустрии туризма

Уметь:

1. строить матрицу распределения полномочий и ответственности персонала с целью оптимизации бизнес-процессов туристских компаний
2. выявлять пути повышения эффективности бизнес-процессов на основе развития профессионализма и компетентностного профиля сотрудников предприятий индустрии туризма
3. определять результативность труда с особенностями контрактных отношений
4. выявлять факторы улучшения кадрового потенциала с целью повышения эффективности бизнес-процессов на предприятиях индустрии
5. проводить корректную оценку управления и деятельности предприятия индустрии гостеприимства для повышения уровня конкурентоспособности за счет развития и повышения продуктивности персонала

Владеть:

1. навыками выстраивания стратегических форм сотрудничества с организациями в будущей профессиональной деятельности.
2. навыками определения оптимального сочетания всех ресурсов, находящихся в распоряжении турпредприятия
3. навыками проведения оценочных процедур результатов труда
4. навыками развития компетенций в структуре кадровых ресурсов
5. навыками проведения мероприятий, направленных на развитие необходимых компетенций персонала

Технологические процессы в туристской деятельности

Цель дисциплины: состоит в освоении профессиональных компетенций, обеспечивающих знание технологических процессов в деятельности туристских предприятий

Задачи дисциплины:

- изучение понятия технологического процесса в туризме;
- изучение роли информационных технологий и их использование в деятельности туристских предприятий;
- освоение технологических процессов в туристской деятельности; особенности организации процессов формирования, внедрения и реализации туристского продукта и туристских услуг на предприятиях туризма

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы управления коллективом
2. особенности туристской деятельности
3. использовать технологии поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии

Уметь:

1. оценивать проблемные ситуации в туристской деятельности
2. решать задачи, отражающие проблемы в туристской деятельности
3. готовностью применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии

Владеть:

1. способностью разрешать проблемные ситуации в туристской деятельности
2. способностью принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации в туристской индустрии
3. способностью использовать навыки и умения организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, управления коллективом, владеть основами командообразования, формировать благоприятный морально-психологический климат для достижения поставленных целей, оценивать качество результатов личной и коллективной деятельности

Туристский рынок и политика государства

Цель дисциплины: формирование у студентов совокупности теоретических и практических знаний в области взаимодействия современной туристской индустрии и государственной и международной политики с учетом локальных, государственных и международных практик

Задачи дисциплины:

- Изучить существующие законодательные и нормативные документы, определяющие взаимодействие индустрии туризма и государства;
- Знать формы государственно-частного партнерства в индустрии туризма
- Знать способы разработки государственной политики в области индустрии туризма
- Знать формы взаимодействия туристских предприятий с государствами

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Современные методы и технологии разработки туристической услуги в государственных интересах
2. Стандарты, нормы, практики и технологии клиентоориентированного обслуживания туристических предприятий
3. Принципы и методы разработки и реализации проекта в туристической индустрии

Уметь:

1. Использовать отдельные технологии в соответствии с особенностями государственной политики
2. Применять методы разработки обслуживания клиентов туристского предприятия с учетом пожеланий и нормативов государства
3. Идентифицировать релевантные государственные и индустриальные интересы для разработки актуального туристского продукта

Владеть:

1. Навыками взаимодействия в области государственно-частного партнерства в индустрии туризма
2. Навыками взаимодействия с коллегами индустрии и в государственных органах в процессе разработки туристического продукта
3. Навыками разработки проекта в индустрии туризма

Управление инвестиционными и инновационными проектами в туризме

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний, умений и навыков по разработке и внедрению продуктовых и процессных инноваций в туризме для повышения конкурентоспособности туристических компаний за счет предложения как принципиально новых, так и усовершенствованных туристических услуг для российских и зарубежных потребителей. Кроме этого, дисциплина призвана выработать навыки, знания в области проведения инвестиционной оценки проектов сфер туризма

Задачи дисциплины:

- 1) знание о содержании инноваций и инвестиций, их видах и роли для разработчиков и потребителей;
- 2) знание о влиянии инноваций и инвестиций на конкурентоспособность туристического бизнеса;
- 3) изучение принципов и теоретических основ управления инновациями в компаниях, а также инвестиционными процессами;
- 4) освоение методов и инструментов принятия управленческих решений при разработке и внедрении инноваций, а также инвестиционных программ;
- 5) привитие навыков самостоятельного решения практических задач и ситуаций, возникающих в организациях при осуществлении инновационной и инвестиционной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы планирования собственного рабочего времени с целью проведения инвестиционных и инновационных оценок туристских проектов
2. основы процессов разработки инновационных туристских продуктов
3. ключевые показатели технико-экономической оценки туристских продуктов
4. способы и методы оценки экономических последствий и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Уметь:

1. оптимизировать сочетание физической и умственной нагрузок для обеспечения эффективной работоспособности, в частности, при проведении исследований и формирования заключений
2. определять оптимальное сочетание инструментария поставщиков туристских услуг с целью оптимального турпродукта
3. проводить необходимые расчеты с привлечением качественного и количественного материала
4. оценивать экономические последствия и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Владеть:

1. навыками рационального обеспечения распределения времени в процессе работы над проектами исследований
2. навыками оценки эффективности использования инновационных технологий в деятельности компании
3. навыками интерпретации полученных результатов технико-экономических показателей туристских продуктов
4. способами и методами оценки экономических последствий и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Управление проектами в туриндустрии

Цель дисциплины: формирование у магистрантов компетенций в области проектной деятельности предприятия индустрии туризма в современных условиях

Задачи дисциплины:

– формирование систематизированного представления об основах бизнес-планирования, маркетингового, производственного, организационного и финансового планирования;

– исследование методов организационного проектирования на предприятиях туризма и индустрии гостеприимства;

– развитие методов и способов принятия проектных решений в конкретных хозяйственных ситуациях;

– овладение практическими навыками разработки бизнес-плана предприятия туризма и индустрии гостеприимства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные категории, элементы и принципы организации проектной деятельности

2. содержание и порядок проектирования организационной структуры и процессов туристского предприятия

3. технологии и методики управления разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма

4. способы и методы оценки экономических последствий и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Уметь:

1. проектировать организационную структуру и основные процессы туристских предприятий с различными типами хозяйственной стратегии

2. определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия

3. управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма

4. оценивать экономические последствия и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Владеть:

1. навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования

2. навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристической индустрии

3. способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма

4. способами и методами оценки экономических последствий и эффективности управленческих решений по выбору концепции стратегии развития предприятий сферы туризма

Правовая безопасность в информационном пространстве

Цель дисциплины: комплексное изучение правовой безопасности в информационном пространстве, в том числе особенностей регламентации различных областей деятельности и юридической защиты в киберпространстве

Задачи дисциплины:

- получение знаний о правовой безопасности в информационном пространстве, включая особенности регламентации отдельных областей деятельности и специфики мер правовой защиты в киберпространстве.

- формирование умений и навыков, позволяющих реализовывать меры правовой защиты в информационном пространстве

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные этапы развития информационной безопасности; систему законодательства об информационной безопасности и ответственность за его нарушение; систему мер правовой защиты в информационном пространстве в различных областях (сферах) деятельности.

Уметь: применять нормы законодательства для осуществления правовой защиты в информационном пространстве.

Владеть: знаниями законодательства в сфере информационного пространства; знаниями по соблюдению информационной безопасности; специальными навыками правовой защиты в информационном пространстве

Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации

Цель дисциплины: комплексное изучение различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, анализ информационных ресурсов по тематике исследования, а также свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации

Задачи дисциплины:

- изучение визуальных основ и практик 20-21 вв.;
- приобретение навыков анализа и интерпретации визуальной культуры;
- приобретение навыка критического анализа объектов и текстов визуальной культуры от фотографий и кинематографа заканчивая архитектурой и инсталляциями, работе с исследовательской литературой и с источником

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: широту и вариативность исследовательского, методологического инструментария, сформулированного в современном гуманитарном знании и применяемого для анализа различного по характеру современного и актуального визуального материала.

Уметь: анализировать визуальные тексты разного типа и жанров, овладев исследовательскими подходами и навыками интерпретаций.

Владеть: комплексом идей и концепций, возникших в визуальной культуре XX-XXI вв. в рамках различных художественных течений и практик модерна и постмодерна

Современные тренды экономики потребления

Цель дисциплины: знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления

Задачи дисциплины:

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;
- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;

Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;
- содержание основных направлений теории поведенческой экономики.

Уметь:

выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;

- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики.

Владеть:

технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;

- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

Социальное предпринимательство и проектный менеджмент

Цель дисциплины: формирование знаний, умений и навыков в области социальной предпринимательской и проектной деятельности с ориентиром на реалии Российской Федерации

Задачи дисциплины:

- ознакомление с лучшим международным и российским опытом ведения бизнеса в социальной сфере;
- обучение бизнес-планированию, основам проектного управления;
- получение знаний в области правовых и финансовых основ бизнеса и государственных программах поддержки малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные понятия из области социального предпринимательства и проектного менеджмента; основные подходы к организации проектной деятельности в Российской Федерации и в мире.

Уметь: предлагать и разрабатывать концепцию социальных проектов для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; определять перспективы экономической устойчивости социальных проектов

Владеть навыками планирования, разработки и создания социального бизнеса или проекта.