

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 25.06.2023 19:15:17
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b15ca9fd2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС

Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Индустрия делового и событийного туризма»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.О.02 Стратегия развития рынков делового и событийного туризма /
Strategy for the development of business and event tourism markets
(код и наименование РПД)

43.04.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Очная/заочная
(формы обучения)

Год набора – 2023

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор-составитель:

Доцент кафедры управления в сфере туризма и гостиничного дела

Погорелов Н.В

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:

доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

РПД Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

В новой редакции Протокол от «16» февраля 2023 г. №6.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание и структура дисциплины	8
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	10
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	12
6. Методические материалы по освоению дисциплины	16
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	21
7.1. Основная литература	21
7.2. Дополнительная литература	22
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	22
7.4. Интернет-ресурсы	22
7.5. Иные источники	23
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	24

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	ОПК-2.1	Способен использовать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности и осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления.
ОПК-5	Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1	Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма.
ПКс-1	Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления	ПКс-1.1	Способен проводить стратегический анализ, выявлять факторы успеха, экономически обосновывать корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	ОПК-2.1	на уровне знаний: факторы формирования, основные тенденции развития территориальных туристско-рекреационных систем на глобальном, региональном и локальном уровнях; технологии и инструментарий решения различных типов проблем в современных

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
		<p>системах туристской индустрии; методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности, систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристского рынка.</p> <p>на уровне умений: применять законодательные и нормативно-правовые акты в туристской деятельности; применять комплексный подход к оценке туристско-рекреационного потенциала территории, анализировать степень его современного использования и перспективные направления дальнейшего развития туристско-рекреационного сектора.</p> <p>на уровне навыков: навыками оценки состояния туристской индустрии и туристского предприятия, в частности; методами планирования, организации и управления деятельностью предприятием туристской индустрии в условиях динамичной среды; количественными и качественными методами оценки туристско-рекреационного районирования, подходами к проектированию, развитию и управлению туристско-рекреационными системами различного ранга и вида на основе принципов устойчивого развития и потребительского спроса.</p>
	ОПК-5.1	<p>на уровне знаний: систему социально-экономических параметров развития туристского рынка; классификацию участников туристского рынка и их характеристику; современные подходы к изучению туристско-рекреационных потребностей как основополагающего фактора развития рекреации и туризма; теоретические и методологические основы туристско-рекреационного районирования территории.</p> <p>на уровне умений: использовать научные методы изучения туристско-рекреационных потребностей, прогнозировать изменения в туристском спросе и предложении туристского продукта; использовать научно-методические подходы в проектировании, организации и управлении туристскими предприятиями и туристско-рекреационными системами на основе устойчивого развития и потребительского спроса.</p> <p>на уровне навыков: принципами, методологией и основными экономическими, социально-</p>

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
		экономическими понятиями области туризма и туристской индустрии;
ОТФ.Д. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ ТФ. Д/01.7 Управление реализацией стратегии развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок	ПКс-1.1	на уровне знаний: концептуальные основы структуры и направлений развития туристского рынка; методологию изучения рыночной экономики и экономики туристской индустрии; нормативно-правовую и информационно-техническую базы функционирования рынка туристских услуг и предприятий туристской индустрии; тенденции и перспективы развития туристского рынка в мире и в России.
ОТФ.Е. Организация экскурсионной деятельности/ ТФ. Е/01.7 Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации		на уровне умений: определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия; анализировать основные факторы развития рекреации и туризма на территориях разного ранга.
		на уровне навыков: навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристского рынка.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 академ. часов / 162 астр. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очная/заочная
Общая трудоемкость	216/216
Контактная работа	82/26
Лекции	28/8
Практические занятия	52/16
Лабораторные занятия	-/-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	98/181

Контроль	36/9
Формы текущего контроля	УО – устный опрос, Р – реферат, ПЗ – практические задания
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» относится к базовой части учебного плана направления 43.04.02 «Туризм» профиль «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью освоения дисциплины Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» является ознакомление студентов с основными теоретическими концепциями и терминологическим аппаратом дисциплины; структурой и особенностями современного рынка туристских услуг; направлениями, перспективами и проблемами развития туристского рынка в мире; организацией деятельности и управлением туристских предприятий в условиях динамики рыночной среды, изменяющейся рыночной конъюнктуры; новыми видами структур туристских предприятий; свойствами и особенностями развития туристского бизнеса с учетом современных реалий мирового рынка, политической, правовой, социальной, экологической среды; применением современных технологий в управлении динамичными изменениями, новыми подходами к разработке и реализации туристского продукта предприятий туристской индустрии.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать устойчивые представления об особенностях рынка туризма.
2. Выявить актуальные проблемы организации туризма.
3. Изучить виды и формы туризма и методы исследования туристской отрасли.
4. Раскрыть теоретические основы, принципы, модели, термины туризма, а также их взаимосвязи.
5. Показать место туристской отрасли в мировой экономике, ее влиянии на национальную экономику и взаимосвязь с другими отраслями.
6. Уметь самостоятельно приобретать, усваивать и применять практическую информацию анализировать события и ситуации, делать прогнозы.
7. Применять теоретические знания в практической деятельности.

Для освоения дисциплины студент должен:

- Успешно освоить курс «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets», курсы базовой подготовки бакалавра: «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Экономическая теория», «Статистика».
- Иметь навыки активного восприятия и обсуждения лекционного материала, самостоятельной работы со специализированной литературой на русском и английском языках, самостоятельного решения управленческих задач, аналитические навыки в части

применения управленческих моделей при решении задач, навыки презентации получаемых результатов, участия в коллективной работе

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Научно-исследовательская работа», «Преддипломная практика».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 1 семестре 1 курса. Для студентов заочной формы обучения в течение 1 курса.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде устного вопроса по темам и тестирование.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР		
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	П/ДОТ			КСР*
Topic 1	Problems and strategies for the development of tourism in Russia	60	10		17		33	УО, Р, ПЗ
Topic 2	Problems of development of the international tourism market: European tourist region, American tourist region	59	9		18		32	УО, ПЗ

Topic 3	Problems of development of the tourism market in the East Asian tourism region	59	9		17		33	УО, Р, ПЗ
Промежуточная аттестация		36/27	Консультации - 2/1,5				Экзамен	
Всего (акад/астр):		216/162	28/21		52/39	2	98/73,5	

Примечание: * КСР в объем дисциплины не входит.

** УО – устный опрос, Р – реферат, ПЗ – практические задания.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР		
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ			КСР*
Topic 1	Problems and strategies for the development of tourism in Russia	72	2		4		66	УО, Р, ПЗ
Topic 2	Problems of development of the international tourism market: European tourist region, American tourist region	72	4		8		60	УО, ПЗ
Topic 3	Problems of development of the tourism market in the East Asian tourism region	61	2		4		55	УО, Р, ПЗ
Промежуточная аттестация		9	Консультации - 2				Экзамен	
Всего (акад/астр):		216	8		16		181	

3.2. Содержание дисциплины

Topic 1. Problems and strategies for the development of tourism in Russia

State regulation of tourism in Russia. Russia's place in international tourism. Key indicators of tourism development in Russia. Problems of statistics. Factors of tourism development in Russia. Tourist potential of Russian regions. The current state and prospects for the development of domestic and inbound tourism. The tourism industry in Russia: travel companies, hotel companies,

catering companies. Tourist transportation. The problem of the transition of tourism industry enterprises to international standards.

The problem of compliance of the quality of services of enterprises of the tourism industry with international standards.

Topic 2. Problems of development of the international tourism market: European tourism region, American tourist region.

The impact of tourism on employment. The contribution of the tourism industry to national income. Indicators of active and passive tourism. Negative and positive balance of the tourist balance. The impact of tourism on the economic development of depressed regions. Leveling function of tourism. Ecological impact of tourism. Socio-cultural consequences of the development of the tourism industry. The main indicators of the impact of tourism on the economies of countries.

Topic 3. Problems of development of the tourism market in the East Asian tourism region

The place of East Asian countries in international tourism. The impact of tourism on employment. The contribution of the tourism industry to national income. Indicators of active and passive tourism. The main indicators of the impact of tourism on the economies of countries. Tourism industry in East Asian countries: travel companies, hotel companies, catering companies. Tourist transportation. The problem of the transition of tourism industry enterprises to international standards. The problem of compliance of the quality of services of enterprises of the tourism industry with international standards.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Topic 1. Problems and strategies for the development of tourism in Russia	УО – устный опрос, Р – реферат, ПЗ – практические задания
Topic 3. Problems of development of the tourism market in the East Asian tourism region, American tourist region.	УО – устный опрос, ПЗ – практические задания
Topic 3. Problems of development of the tourism market in the East Asian tourism region	УО – устный опрос, Р – реферат, ПЗ – практические задания

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме №1-3

Примерные вопросы для устного опроса

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере).

1. Features of types of tourism, trends and prospects for their development
2. Current trends in the development of the tourism business in Russia
3. Comparison of the Russian and international tourism market
4. Problems and prospects of interaction between subjects of the tourism and insurance market.
5. Problems of tourism development in the regions of Russia (on the example of RT and RB)
6. Goals and objectives of tourist organizations in Europe and the USA
7. The main groups of international tourism organizations.
8. Features of types of tourism, trends and prospects for their development
9. Modern problems and trends in the development of tourism business in Europe and the USA.

Типовые оценочные материалы по теме №1 и №3

Примерные темы для рефератов

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. Problems of tourism development in the Republic of Tatarstan
2. Tourist and recreational potential of Crimea
3. Tourism for people with disabilities
4. Prospects for the historical object "Great Bolgar" for the development of tourism
5. Current state and prospects for the development of tourism in the East Asian region (on the example of one country)

Типовые оценочные материалы по теме №1-3

Примерные практические занятия

Выполните задания (решите предложенные задачи). Обратите внимание на пояснения и указания к выполнению работы (если они имеются). Запишите ответ в соответствии с установленной формой.

Task 1. Compare management styles and give examples of their implementation in tourism industry enterprises.

Questions for discussion:

What managerial skills does the manager demonstrate in the Japanese style of management and the American one?

What skills does he lack?

What managerial features / shortcomings / mistakes did you note?

Task 2. Agency Hawaiian Sights - analysis of the walking tour.

Task 3. Bus tours in Honduras.

Questions for self-control:

1. What are the main prerequisites for the emergence of strategic management in tourism in the context of the evolution of entrepreneurship and management?

2. What is the difference between strategic management and operational management in tourism?

3. Why do some companies not attach great importance to the development of strategic directions for development and their evaluation?
4. What is the product of strategic management in a hotel, in a museum, in a tourism organization?

Task 4. Formation of consumer loyalty in tourism. Presentation.

Tourism incentive programs:

Presentation - types of discounts in tourism.

Presentation - Discount program VIG.

Presentation - travel company "1001 tour".

Task 5. Principles for constructing questionnaires in the tourism industry. Developed independently Guest satisfaction questionnaire. Comparison with sample questionnaires from real tourism industry enterprises.

Task 6. Research methods in the task "golf tournament".

Research methods in the task "the sleep well" hotel.

Task 7. Cluster analysis in tourism. The study of tourist clusters on the example of the North-West region of Russia.

Task 8. Features of the tourist product and methods of its formation and analysis. Tour competitiveness analysis: incentive tour program in Sochi (5 days), incentive tour program in Croatia (4 days). As a result of the assignment, you must submit:

Indicators for assessing the qualitative and economic characteristics of the compared incentive tour programs.

Calculation of group competitiveness indices based on qualitative and economic indicators.

Task 9. Case Study: The Ritz-Carlton-Singapore Hotel.

Questions:

Food and Wine Festival and Ritz-Carlton - is it a PR event aimed at promotion or not?

What are the patterns of using media in promotion.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в рамках сдачи экзамена предусматривается устные ответы на вопросы и тестирование.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-2.1 Способен использовать основные методы и приемы анализа,	Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности и	Знает методологические основы организации прогнозирования и планирования в сфере услуг. Умеет анализировать, оценивать,

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
<p>моделирования и стратегического планирования туристской деятельности и осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления.</p>	<p>осуществляет стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления.</p>	<p>выбирать и использовать методы исследования социально-психологических особенностей потребителя, использовать полученные результаты в профессиональной деятельности. Владеет методами повышения эффективности реализации бизнес-плана.</p>
<p>ОПК-5.1 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма.</p>	<p>Обеспечивает обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма.</p>	<p>Чётко выявлены ключевые тенденции развития туристского бизнеса и приоритетные направления деятельности предприятия индустрии делового и событийного туризма. Корректно определена сущность экономической стратегии предприятия индустрии делового и событийного туризма. Правильно проведен стратегический анализ и оценку конкурентных преимуществ предприятий индустрии делового и событийного туризма.</p>
<p>ПКс-1.1 Способен проводить стратегический анализ, выявлять факторы успеха, экономически обосновывать корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма.</p>	<p>Проводит стратегический анализ, выявляет факторы успеха, экономически обосновывает корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма.</p>	<p>Великолепно знает современные особенности организации предпринимательской деятельности в сфере туризма. Самостоятельно умеет применять методы и модели при разработке экономических решений в сфере управления экономической деятельностью. Великолепно владеет навыками организации функциональных процессов в индустрии делового и событийного туризма. Отлично оценивает состояние развития туристского бизнеса.</p>

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. The main tourist types of the countries of the world and their brief description.

2. European tourism region: current state and development prospects; tourism development forecasts
3. American tourist region: current state and development prospects; tourism development forecasts
4. Balanced use of natural, recreational, cultural and historical resources of Sviyazhsk Island.
5. Factors hindering the development of tourism in the Siberian region.
6. Features of the use of the tourist and recreational potential of the Crimea.
7. Prospects for the development of sustainable tourism in East Asian countries.
8. Environmental restrictions on the development of tourism.
9. Tools for sustainable development of tourism.
10. Development of tourist clusters adjacent to the city of Kazan
11. Problems of seasonality in international tourism. The country's specialization in tourism.
Display objects. Attractions.
12. The role of TNCs in the functioning of the tourism market.

Примерные типовые задания для тестирования

Составьте список ответов на вопросы теста, выполняя задания, сформулированные в каждом вопросе теста.

1. What element is not a source of creating price advantages in tourism?
 - a) a clear understanding of who is the buyer and who makes the purchasing decision;
 - b) accumulated experience;
 - c) saving on a variety of products;
 - d) optimization of the company's activities in time.

2. The initial process of strategic management is:
 - a) defining the mission and goals;
 - b) choice of strategy;
 - c) environment analysis;
 - d) evaluation and control of the strategy.

3. Buyers, suppliers, competitors, the labor market are the elements....
 - a) macro environment;
 - b) microenvironment;
 - c) immediate environment;
 - d) internal environment.

4. A method of analyzing the environment, which involves identifying the strengths and weaknesses of the organization, as well as external threats and opportunities:
 - a) SWOT analysis;
 - b) opportunity matrix;
 - c) threat matrix;
 - d) the method of compiling a profile of the environment.

5. Management methods do not include:

- A. socio-psychological methods;
- B. administrative methods;
- C. formal methods;
- D. economic methods.

6. The advantages of decentralization of a tourism organization include:

- A. strengthening control and coordination of specialized divisions of the enterprise;
- B. imbalance in the growth of departments of the enterprise;
- C. the ability to effectively manage a large organization;
- D. the possibility of using the experience and knowledge of the central administrative apparatus.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Оценка «отлично» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- глубокое и системное знание всего программного материала учебного курса, изложил ответ последовательно и убедительно;
- отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- умение правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- умение самостоятельно выполнять предусмотренные программой задания;
- навык обоснования принятого решения.

Оценки «хорошо» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;
- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом умение преимущественно правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- умение выполнять предусмотренные программой задания;
- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

Оценки «удовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;
- затруднения с применением теоретических положений при решении практических вопросов и задач,

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;
- неумение использовать научно-понятийный аппарат и терминологию учебной дисциплины;
- неумение применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- неумение выполнять предусмотренные программой задания.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Экзамен по дисциплине Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» проводится в строгом соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, в устной и письменной формах.

К промежуточной аттестации допускаются магистранты выполнившие необходимые требования ОП ВО по дисциплине Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма/ Strategy for the development of business and event tourism markets» по итогам текущего контроля успеваемости в течение семестра.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения магистранта от сдачи экзамена/зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только на «отлично», или на «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой. Оценка за экзамен проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках студентов, при этом оценки «неудовлетворительно» в зачетную книжку студентов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и

самостоятельной работы студентов, включая подготовку к экзамену. Практические занятия дисциплины «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы

для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделах 6 и 7 данной РПД.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Bruce McKern R. et al. The Competitive Advantage of Russia. Stanford Graduate School of Business Case No: IB73: p. 43. 2008.
2. J. A. Mazanec , Karl W. Wober. Analysing International City Tourism. Springer NewYork. 2010
3. Pitt M., Koufopoulos D Essentials of strategic management.– London: SAGE Publications, 2012
4. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. СПб., 2008.
5. Алексеева Н. П. Tourismus. Туризм. Учебное пособие. М.: Флинта, 2012. – 333 с.
6. Аналоуи Ф., Карамии А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: Учебник для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.- 400с.
7. Андерсон К., Керр К. Менеджмент, ориентированный на потребителя. - М.: 2010
8. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме: учеб. Пособие для вузов/ И.С. Барчуков.- М.: Издательский центр «Академия», 2008.- 224 с.
9. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме. М.: Аспект-Пресс, 2009.
10. Березин И.С. Практика исследования рынков. - М.: Бератор-Пресс, 2003. - 376 с.
11. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. - СПб: Питер; 2007.
12. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме: учеб. - М.: Новое знание, 2002.- 348 с.
13. Дэй Дж. Стратегический маркетинг. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. - 640 с.
14. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма:- 2-е изд., перераб. - Минск: Новое знание, 2009.
15. Коллинз Ж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт –Петербурге.2001.
16. Котлер Ф. и др. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Юнити-Дана, 2007
17. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: Европейская перспектива. - М.: Наука, 2003. - 589 с.
18. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. В.А.Алексунина. - М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2001. - 516 с.
19. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента – М.: Дело, 2000. 704 с.

20. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. СПб.: Питер, 2001.
21. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: Учеб. пособие. - М.: Изд-во РАГС, 2002. - 328 с.
22. Покровский Н. Е. Черняева Т. И. Туризм: от социальной теории к практике управления. Учебное пособие - М.: Логос, 2009
23. Райс Эл, Траут Дж. Маркетинговые войны. - СПб: Питер, 2003. - 256 с.
24. Райс Эл, Траут Дж. Позиционирование. Битва за узнаваемость. - СПб: Питер, 2001.
25. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации: Учеб-практ. пособие. - М.: Юристъ, 2001. - 256 с.
26. Томпсон А.А., мл., Стрикленд Ш А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2010.
27. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 061100 "Менеджмент организации" / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2002.

Задания для самостоятельной подготовки

Домашнее задание 1:

Собрать информацию для анализа:

- hotels: Ambassador, Emerald, Europe, Kempinski
 - country clubs Dacha, Igora
 - mini hotels - choose 4.
1. Compare customer feedback - how they can learn about the quality of their services.
 2. Disadvantages of their information collection system.
 3. On which thematic sites they advertise their services and how these sites differ.
 4. What can be offered to each hotel to improve customer feedback.

Домашнее задание 2:

1. Give examples in Russia and abroad:
 - simple discount programs in the field of tourism;
 - accumulative discount programs in the field of tourism.
2. Which of the financial incentive programs is preferable to use in working with well-known "tourist products".
3. View the market of 4-star hotels in St. Petersburg (at least 10 hotels) and identify who uses and what methods to encourage customers. Make a rating (at least 15 points).

Questions for self-examination:

1. How often should goals be adjusted?
2. What factors can influence the adjustment of the strategy?
3. To identify fundamental differences in the concepts of "guessing" and "foreseeing" the company's mission in the process of intra-company goal-setting.
4. By whom and when was the concept of management by objectives put forward? What is its essence?

Домашнее задание 3

Conduct a SWOT analysis of a specific enterprise in the tourism industry. Determine which factors of the economic environment are critical. What is the trend of their change and the possible reaction of the organization

Questions for self-examination:

1. What trends in the development of the Russian hostel market can be considered as opportunities, and which as threats? Justify your answer.
2. What data is needed to build a profile of the organization's environment.
3. The main components and types of the external environment.
4. Analyze existing approaches to the analysis of the external environment of the company.
5. How to assess the state of competition in the industry?
6. In what areas is consumer analysis carried out?
7. What influence do competitors have in the process of implementing the company's strategy?
8. What is the significance of the McKinsey 7C model?
9. Compare the concepts of I. Ansoff and M. Porter. What do they have in common and how do they differ?
10. Goals and main stages of portfolio analysis. Advantages and disadvantages of the matrix method (BCG and GE/McKinsey matrices)

Домашнее задание 4:

Formulate examples from the Russian practice of strategic management as an illustration of the practical implementation of various types of diversification strategies.

Методические рекомендации по подготовке к опросу

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме. Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;

- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;

- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

Методические рекомендации по практическим заданиям

При выполнении заданий практической работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по практической работе. Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456053>

2. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453851>

7.2. Дополнительная литература

1. Амирова З.Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Амирова З.Б.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Московская государственная академия водного транспорта, 2014.— 86 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/46463.html>
2. Виды и тенденции развития туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.А. Назаркина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44910.html>
3. Рейнгольд Е.А. Стоимость бизнеса и стратегия развития компании [Электронный ресурс]: основные принципы построения интегрированной системы/ Рейнгольд Е.А., Черный Ю.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Международная академия оценки и консалтинга, 2014.— 214 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51165.html>
4. Формирование моделей устойчивого развития туризма на региональном уровне [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Гуляев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Логос, 2016.— 408 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51878.html>
5. Холодилина Ю.Е. Международный туризм в странах Европейского союза и Америки [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Холодилина Ю.Е.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 133 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61371.html>

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не предусмотрено.

7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»

- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники

- Harvard Business Review – Россия
- Вестник McKinsey – Россия
- Вестник СПбГУ. Серия «Менеджмент»
- Маркетинг в России и за рубежом
- Менеджмент в России и за рубежом
- Проблемы теории и практики управления
- Российский журнал менеджмента

Журналы:

- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Business Week;

Газеты:

- Ведомости;
- Российская газета;
- Коммерсантъ;
- Financial Times;

Интернет ресурсы:

-
- HR Менеджмент – www.hrm.ru
- www.cfin.ru/management/strategy
- www.gaap.ru
- www.management.edu.ru
- www.mgmt.ru (сайт журнала Маркетинг-менеджмент)
- www.pro-invest.com
- www.strategia.ru
- www.top-manager.ru

- www.vestnikmckisey.ru
- Журнал «Риск-менеджмент» - www.riskm.ru
- Журнал «Эксперт» - www.expert.ru
- Исследования рынков - www.marketing.rbc.ru
- Маркетинг Менеджмент – www.mgmt.ru
- Маркетинговые исследования - www.RomirMonitoring.ru
- Новый менеджмент – www.new-management.info
- Отраслевые обзоры, исследования, аналитика - www.vedomosti.ru/research/
- Российский журнал менеджмента – www.rjm.ru
- Сайт исследовательско-консультационной фирмы «АЛЪТ», раздел «Библиотека» - www.altrc.ru/?p=libr
- Сайт компании UFGmanagement - www.bbest.ru/strproc/strategia
- Сайт консалтинговой компании БИГ- Бизнес Инжиниринг Групп) Раздел публикации – стратегическое управление - www.orgmaster.ru
- Сайт Российского журнала менеджмента – СПб - www.rjm.ru
- Система комплексного раскрытия информации о финансовом состоянии компании – эмитентов ценных бумаг - www.skrin.ru

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle

Информационные справочные системы:

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>