



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Дисциплины (модули)

- 1.1. Управление проектами и программами
- 1.2. Культурно-исторический опыт России
- 1.3. Иностраный язык академического и профессионального взаимодействия
- 1.4. Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации
- 1.5. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности
- 1.6. Цифровой маркетинг и продвижение туристских продуктов
- 1.7. Операционный менеджмент в туризме
- 1.8. Управленческая экономика в индустрии туризма
- 1.9. Концептуальные основы профессионального образования в сфере туризма
- 1.10. Менеджмент качества услуг на предприятиях туризма и гостеприимства
- 1.11. Стратегическое планирование в туризме
- 1.12. Сервис-дизайн и управление продуктом в индустрии туризма
- 1.13. Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма
- 1.14. Управление клиентским опытом в индустрии впечатлений
- 1.15. Технологии проектного управления в туризме
- 1.16. Правовые аспекты и международные стандарты в туризме
- 1.17. Моделирование социально-экономических процессов и устойчивое развитие туризма
- 1.18. Лабораторный практикум по мастер-планированию туристских пространств
- 1.19. Организация государственного и муниципального управления в сфере туризма
- 1.20. Управление проектами государственно-частного партнёрства в индустрии туризма
- 1.21. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта
- 1.22. Стратегическое управление региональным туризмом

- 1.23. Второй иностранный язык
- 1.24. Рекреационный туризм и сервис для лиц с ограниченными возможностями здоровья
- 1.25. Формирование инклюзивной среды для лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве
- 1.26. Адаптивные информационные технологии в профессиональной деятельности
- 1.27. Реализация возможностей в инклюзивном обществе
- 1.28. Управление брендом туристских дестинаций
- 1.29. Современные технологии туристского брендинга

2. Факультативные дисциплины (модули)

- 2.1. Искусственный интеллект и статистика больших данных
- 2.2. Основы когнитивных и семантических технологий

1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)

1.1 Управление проектами и программами

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний в части критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегий действий; знаний процессов управления проектом на всех этапах его жизненного цикла, организации и руководства работой команды, в том числе выработки командной стратегии для достижения поставленной цели; знаний по определению и реализации приоритетов собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки с последующим применением в профессиональной сфере и формирование практических навыков по решению задач профессиональной деятельности следующих типов: организационно-управленческий, консультационный и информационно-аналитический, проектный.

Задачи дисциплины:

1. сформировать навыки анализа проблемной ситуации как целостной системы, выявляя ее составляющие и связи между ними;
2. сформировать навыки разработки вариантов решения проблемной ситуации на основе критического анализа источников информации, разработки стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, планируя результат каждого из них;
3. сформировать знание принципов проектного подхода к управлению, формирования проектной задачи, разработки концепции, критериев и показателей оценки проекта, плана его реализации;
4. сформировать навыки проведения мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, внесения дополнительных изменений в план его реализации, уточняя зоны ответственности участников проектной деятельности;
5. сформировать умения по разработке стратегии командной работы и организации на ее основе отбора членов команды для достижения поставленной цели, в том числе посредством координации деятельности участников команды с учетом особенностей их поведения, временных и прочих ограничений;
6. сформировать навыки организации работы команды проекта, в том числе на основе коллегиальных решений, а также распределения полномочий и делегирования полномочий в соответствии с поставленными целями;
7. сформировать умение выбирать приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста, а также определения образовательных потребностей и способов совершенствования собственной деятельности на основе самооценки;
8. сформировать умение встраивать гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-6 в соответствии с учебным планом.

3. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Понятие проекта и его признаки. Классификация проектов, ключевые понятия проектного управления и их взаимосвязь. Отличия проектного управления и традиционного менеджмента. Особенности проектного подхода в органах власти и бизнесе. Жизненный цикл проекта: понятие, сущность, модели. Процедуры управления проектами на разных фазах жизненного цикла.

Понятие проекта и его отличие от задачи, рабочего задания. Проект как объект управления в органах власти. Проект как бизнес-процесс. Типы проектов. Специфика социальных проектов. Жизненный цикл проекта: понятие, специфика работы, закономерности. Модели жизненного цикла проекта: каскадная модель, итерационная модель, спиральная модель, инкрементная модель. Их преимущества и недостатки. Формирование проектного замысла. Концептуализация проекта. Спецификация. Определение целей и содержания проекта. Планирование в проектной деятельности. Бюджет проекта и ресурсные планы. Порядок разработки сметы проекта. Методы проведения экспертизы проекта. Оценка инновационных проектов. Показатели эффективности проекта. Контроль исполнения календарных планов проекта. Контроль стоимости проекта. Методы обеспечения и контроля качества.

Организационная структура управления проектом, принципы построения организационных структур управления проектами, факторы выбора организационных структур управления проектами, влияние корпоративной культуры на выбор организационной структуры управления проектами. Функциональная структура управления проектами, проектная структура, матричная структура управления проектами (слабая матрица, сбалансированная матрица, сильная матрица). Проектные структуры: преимущества и недостатки. Управление человеческими ресурсами проекта. Команды проекты: понятие и виды. Концепция развития команды проекта. Гибкие методы управления проектами и роль проектных команд. Управление коммуникациями проекта. Схемы организационных взаимоотношений и сфер ответственности при разработке и реализации проекта. Управление конфликтами в проекте. Основы управления организационными изменениями в проектной деятельности. Стандарты описания компетенций менеджера проекта. Понятие «проектный офис», типы проектных офисов, функции проектного офиса, разработка концепции и структуры проектного офиса, определение стандартов и методологии проектного офиса, этапы внедрения проектного офиса в современных компаниях. Проектные офисы в органах власти: понятие, особенности, полномочия.

Понятие закона и закономерности в науке. Закон синергии. Закон самосохранения и борьба организаций за выживание. Жизненно важные интересы организации. Закон развития деловых организаций. Закон композиции и пропорциональности. Закон информированности и упорядоченности. Закон единства анализа и синтеза. Специфические законы организации. Жизненные циклы развития организации. Понятие кризиса, виды кризисов в организации. Принципы антикризисного управления организацией.

Понятие программы, ее отличие от проекта. Особенности управление программой (на уровне бизнес-структуры, на уровне муниципального образования/региона/государства). Модель зрелости управления портфелями, программами и проектами (РЗМЗ). Стандарты управления программами. Требования к управлению программой. Организация управления программой. Процесс инициации программы. Процессы планирования программы. Процесс контроля выполнения программы и управления изменениями программы. Процесс завершения программы. Национальные проекты и программы стратегического развития.

1.2. Культурно-исторический опыт России

1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в том, чтобы познакомить обучающихся с историей развития и становления русской культуры, раскрыть сущность основных проблем современной культуры.

Задачи дисциплины (модуля):

1. раскрыть сущность культуры и закономерности ее исторического развития, осмыслить уникальный исторический опыт диалога культур и способы его миропонимания, представить современность как результат культурно-исторического развития человечества;
 2. проследить становление и развитие понятий «культура» и «цивилизация», рассмотреть взгляды на место русской культуры в социуме, представления о социокультурной динамике, типологии и классификации культур, внутри- и межкультурных коммуникациях;
 3. осуществить знакомство с основными направлениями методологии культурологического анализа;
 4. рассмотреть историко-культурный материал исходя из принципов цивилизационного подхода, выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие ее историко-культурное своеобразие.
- 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-5 в соответствии с учебным планом.

3. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Определение культуры. Типы и виды культур. Место и значение культуры в историческом развитии народов. Происхождение и занятия славян. Поселения типа городищ. Древние ремесла. Язычество восточных славян. Византийская (христианская) культура. Создание славянской азбуки. Кирилл и Мефодий. Древнерусские города как центры культуры. Храм как центр художественной и духовной жизни. Литература IX – середины XIII в. Жанровые особенности Древнерусской литературы. Жития. Хождения. Поучения. Летописи. Выдающиеся достижения древнерусской литературы. «Повесть временных лет». «Слово о полку Игореве». Утверждение независимости княжества. Формирование местных культурных центров. Искусство Древней Руси (IX – середина XIII в.). Каменное зодчество в русских землях XII- начала XIII в. Появление архитектурных школ в XII в. Материальная культура Руси. Костюм, украшения, ремесло. Повседневная жизнь жителей домонгольской Руси. Берестяные грамоты. Татарское нашествие и русская культура. Культурные последствия походов монголо-татар для Руси. Людские и материальные потери. Сохранение отдельных очагов культуры. Литература эпохи татаро-монгольского нашествия. Москва и Тверь как культурные центры. Святой Сергий Радонежский и религиозно-нравственное возрождение Руси. Культурный подъём второй половины XIV-начала XV в. Национальный подъём после Куликовской битвы. Выдающиеся мастера иконописи. Творчество А. Рублева. Образования централизованного государства (вт. Пол. XV – XVI вв.). Единое государство: экономика, общество, культура. Социальное расслоение общества. Культурная политика Ивана IV. Социально-философская доктрина «Москва – третий Рим». Архитектура Московского царства. Пути развития русского искусства в XVI в. Просвещение в XVI в. Начало книгопечатания. Материальная культура русского народа в XVI в. Период Смутного времени. Народно-патриотическое движение. XVII век — начало Нового времени. Старина и новизна в русской культуре. Укрепление связей с Европой. Немецкая слобода. Формирование светской эстетики живописи. Эпоха Петра I (1682-1725). Культурные преобразования в России на рубеже XVII – XVIII вв. Значение личного участия Петра I в преобразовании культуры и быта России. Европейская ориентация в культурной политике Петра I. Новые идеалы светской

культуры. Тенденции просветительства. Создание Московского университета. Новые архитектурные стили. Эпоха Екатерины II. Формирование дворянской культуры. Русское Просвещение. Расцвет художественной культуры. Реформаторская деятельность Александра I. Отечественная война 1812. Декабристское движение. Правление Николая I. Введение цензуры. Реформа системы образования. Теория «официальной народности». «Славянофилы» и «западники». «Золотой век» русской культуры. Литература. Архитектура. Живопись. Развитие научной мысли в России.

Серебряный век в русской культуре. Модерн в Русской культуре. Культура революционной эпохи. Культурная революция. Советская государственная культурная политика. Эпоха НЭПа. Марксистско-ленинская (материалистическая) наука и искусство. Ужесточение идеологической цензуры. Массовые репрессии. Великая Отечественная война. Милитаризация культуры. «Церковное возрождение». Хрущевская «оттепель». Расцвет советской культуры. Брежневская эпоха «застоя». Холодная война. Неофициальная и официальная культура. Явление диссидентства. Культура эпохи «перестройки». Распад СССР. Культура в современной России.

1.3 Иностраный язык академического и профессионального взаимодействия

1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о заключаются в получении обучающимися теоретических знаний об иностранном языке (английском) с последующим применением в профессиональной деятельности и практических навыков по использованию иностранного языка в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Формирование представлений о нормах изучаемого языка в традиционной общелитературной области;
2. Развитие умений устной и письменной коммуникации на иностранном языке в межличностном общении;
3. Развитие коммуникативной компетенции и практических навыков иноязычного общения в рамках монологичной онлайн среды, медиации, восприятия и порождения письменных текстов (академического письма);
4. Знание лексических и грамматических единиц и их использования при порождении и восприятии иноязычных высказываний;
5. Построение логичных высказываний (устных и письменных) в профессиональной коммуникации на базе восприятия и порождения самостоятельных текстов при чтении, письме и аудировании;
6. Владение навыком преобразования иноязычных языковых форм в соответствии с медиацией в сфере профессиональной коммуникации.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-4 в соответствии с учебным планом.

3. Краткое содержание дисциплины (модуля)

The scientific attitude. Scientific methods and the methods of science. Pure and applied science. The role of chance in scientific discovery.

Ways of business and professional communicating. Technology devices and information communicative technologies.

The relations between science and society. The achievement of science and technical revolution and our day-to-day life.

Postgraduate programmes and academic, research degrees. Research supervision. International conference participation. Careers advice.

1.4 Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации

2. Цель и задачи дисциплин (модуля)

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися знаний и практических навыков в организационно-управленческой сфере деловой коммуникации, освоении норм и функций современного русского литературного языка с их последующим применением в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Формирование у студентов чёткого представления об особенностях современной профессиональной коммуникации, о специфике коммуникационного взаимодействия с учетом профессиональной направленности.

2. Владение практическими навыками по составлению текстов публичных выступлений, работе с документами.

3. Формирование практических навыков по обнаружению, объяснению и исправлению речевых ошибок в ходе подготовки текста (документа) к публикации (использованию).

4. Владение основами устной и письменной деловой речи.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-4 в соответствии с учебным планом.

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Прагматика делового общения, основные экстралингвистические факторы официально-делового стиля, ключевые особенности языка документов. Основные стилевые регистры официально-делового стиля, канцелярский подстиль официально-делового стиля, дипломатический подстиль официально-делового стиля, юридический подстиль официально-делового стиля. **Понятие реквизита документа, основные реквизиты документа, схемы расположения реквизитов, внешняя композиция документа, основные принципы составления текста документа.** Изменения в лексико-семантической системе официально-деловой речи, влияния на официально-деловой стиль английской деловой традиции, новые виды документов. Классификация деловых писем, письмо-просьба, письмо-сообщение, письмо-приглашение, письмо-благодарность, сопроводительное письмо, письмо-подтверждение, письмо-напоминание; регламентированные и нерегламентированные деловые письма. Понятие о личной документации, основные типы документов (резюме, автобиография, расписка). Принципы оформления документов. Типы коммуникации, коммуникативные умения делового человека, основные коммуникативные компетенции, структура делового общения, этапы деловой коммуникации. Понятие о социокультурных стереотипах, основные социокультурные стереотипы, ложные эвристики и искажающие установки, коммуникативные установки.

1.5 Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о классической научной методологии проведения исследований, о понятийном аппарате научно-

исследовательской деятельности, о методах научного исследования, о процессе подготовки магистерской диссертации с последующим применением её результатов в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

1. сформировать понятие о научном знании; о закономерностях получения научного знания; о категориях и основных понятиях методологии научного исследования; о формах и методах научного познания; о принципах и организации научно-исследовательской деятельности;
2. дать видение основных проблем современной практики научных исследований, основных подходов и методов исследования;
3. приобрести навыки планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности;
4. представлять результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях;
5. помочь обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования; составить программу исследования и организовать исследовательский процесс;
6. сформировать навык самостоятельного проведения научного исследования;
7. сформировать способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

3. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Определение науки. История развития науки. Теория познания. Наука как система и ее подсистемы. Определение теории, методологии в рамках науки как системы. Научная парадигма. Сущность, особенности, формы мышления. Отражение и информация. Ощущения, восприятия, представления. Творчество и мышление. Законы и формы логического мышления. Особенности научных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Наука в гостеприимстве и туризме. Управление наукой и ее организационная структура. Организация подготовки научных и научно-педагогических работников в РФ

Методология науки: определение, задачи, уровни и функции. Научное исследование как форма развития научного знания. Научное творчество. Методологические принципы научного исследования. Признаки научного исследования: объективность, системность, новизна получаемых данных. Верификация и фальсификация. Явление и факт. Понятие истины. Виды научных исследований.

Рабочая гипотеза, объект и предмет научного исследования. Субъект и объект познания. Предмет научно-прикладного исследования. Особенности научных и научно-прикладных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Выбор направления исследования. Научная проблема. Семантическая и прагматическая корректность при выборе темы. Разработанность темы. Обоснование актуальности исследования. Объект, субъект и предмет исследования; связь предмета с профилем специальности. Постановка цели как основного результата исследования. Задачи. Построение гипотезы исследования.

Определение метода. Классификация методов исследования, применяющихся в научной деятельности. Применение общенаучных методов в исследованиях. Методы анализа и синтеза. Метод абстрагирования и идеализации. Методы сравнения, систематизации, индукции и дедукции. Эмпирические методы исследований. Наблюдение как метод исследования. Изучение и обобщение опыта. Фокус-группа. Метод диагностических ситуаций. Эксперимент и измерение как практический метод исследования. Методы моделирования и прогнозирования. Метод формализации и математизации. Методы исторический, логический и экспертных оценок при исследованиях в туристской деятельности. Аксиоматический метод и метод аналогий.

Методы экспертных оценок. Роль экспертов в управлении. Организация экспертного оценивания. Основные понятия теории измерений. Методы измерений при экспертном оценивании. Подбор экспертов. Организация процедуры подбора. Содержание и виды опроса. Обработка результатов экспертных оценок. Практические примеры применения метода экспертных оценок к туризму и гостеприимству

Особенности научных исследований в области туризма и гостеприимства. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и гостеприимства. Географическое и экологическое направление. Экономическое, политическое и культурно-историческое направление. Техническое направление. Этапы выполнения научно-исследовательской работы. Постановка проблемы. Анализ состояния проблемы в туристской и педагогической деятельности. Научное изучение как основная форма научной работы. Виды систематизации результатов научных исследований и их содержание. Научный доклад, стендовые доклады. Рефераты и тезисы доклада. Научная статья. Публикация статьи в международном издании. Монография, отчет о научно-исследовательской деятельности и диссертация. Другие формы представления результатов научного исследования. Аннотация и рецензия. Презентация результатов научного исследования. Устные формы представления и внедрения результатов (научный семинар, конференция, педагогические чтения и др.). Критерии и показатели для изучения результатов исследования. Оформление и внедрение результатов исследования. Поиск научной информации. Источники информации. Достоверность источников информации. Общая схема хода научного исследования при работе над магистерской диссертацией. Применение логических законов и правил. Выбор и согласование темы. Составление индивидуального и рабочего плана. Изучение литературы и отбор фактического материала. Композиция диссертационного произведения. Теоретическая часть работы. Решение практической (прикладной) задачи. Оформление работы (таблицы, графики, схемы, рисунки, текст). Приемы изложения научных материалов. Язык и стиль диссертационной работы. Предварительное рассмотрение магистерской диссертации по месту её выполнения. Составление автореферата и процедура публичной защиты магистерской диссертации.

1.6 Цифровой маркетинг и продвижение туристских продуктов

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области цифровой среды маркетинга с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

– формирование знаний основных средств и инструментов продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

– формирование умений делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

– формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего

образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Перечень изучаемых элементов содержания: ведение в маркетинг-микс. Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами в интернете. Формирование маркетинговой стратегии в интернете. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге: понятие типов потребителей и целевой аудитории интернет-рекламы (поколенческая психология). Реализация концепции цифрового маркетинга. Формирование маркетинговой стратегии в интернете. SEO как инструмент интернет-маркетинга, понятие SEO. Веб-технологии. Принципы работы поисковых машин. Интернет – возникновение, развитие. Веб-сайты –доменные имена, хостинг. Сайт – основа для SEO. Цели и задачи сайта в индустрии туризма. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация, поведенческие факторы. Угрозы и риски в SEO. Недобросовестные действия владельцев, исполнителей, конкурентов. SEO-инструментарий, статистика и аналитика, бюджет. Аналитический отчет о маркетинговых исследованиях в сфере туризма и гостеприимства. Интернет-маркетинг и SEO. Подрядчики и самостоятельная работа. Взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга. Социальные медиа как возможности для интерактивного маркетинга в индустрии туризма (SMM-маркетинг). Глобальный уровень проникновения социальных сетей. Тенденции развития социальных сетей. Популярные ресурсы и рейтинги в сфере туризма и гостеприимства. Обзор социальных сетей. Аудитория социальных сетей России. SMM как инструмент внутрикорпоративного маркетинга. Стратегия SMM-маркетинга: этапы. Планирование работы в социальных сетях. Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-маркетинг. Основные средства почтового директ-маркетинга и типы электронных сообщений. Повышение продаж с помощью email-маркетинга: привлечение новых клиентов и удержание лояльных. Сегментирование целевой аудитории подписчиков. Эффективный сбор базы подписчиков: автоматизированные сервисы email-маркетинга. Создание высокоэффективных и запоминающихся писем. Интеграция социальных сетей с email-рассылками. Анализ и оптимизация email-рассылок. Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов. Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсорсинг, фриланс. Составляющие информационной политики. Положение об информационной политике организации. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации. Целевые аудитории. Ключевые сообщения. Инструменты по каждой целевой аудитории и PR-план. Порядок охраны и использования инсайдерской информации. Структура PR-отдела. Планирование и организация деятельности пресс-центра. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей. Взаимодействие с инвесторами и акционерами. Взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ). Раскрытие информации должностными лицами организации. Раскрытие информации на веб-сайтах компании. Письменные запросы. Информация, составляющая коммерческую или служебную тайну. Инсайдерская информация. Антикризисное реагирование в индустрии туризма. Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма. Расчет воронки продаж в туристской

деятельности. Контент-анализ. Реакция целевых аудиторий на различные каналы интернет-продвижения. Повышение результативности цифрового маркетинга. Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга). Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга. Анализ источников трафика или post-click – анализ. Этапы проведения пост-клик-анализа. Метрика: статистика, аналитика. Комплексная оценка эффективности цифрового маркетинга. Посещаемость и конверсии. Эффективность контекстной рекламы. ROI в интернет-маркетинге. Аналитика социальных сетей. Ключевые показатели социальных сетей. Показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда. Показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникацию. Показатели эффективности директ-маркетинга. Коррективы в стратегию цифрового маркетинга организации в индустрии туризма. Соблюдение правил и положений об информационной политике организации. Меры по обеспечению контроля за соблюдением информационной политики организации.

1.6 Операционный менеджмент в туризме

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области операционного менеджмента в туризме с последующим применением в профессиональной сфере.

- определить сущность и основы операционного менеджмента;
- выявить направления операционного менеджмента;
- проанализировать направления повышения эффективности операционных процессов в туризме;
- исследовать методы анализа и моделирование бизнес-процессов в туризме;
- определить направления и способы оптимизации бизнес-процессов в туризме.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Операционный менеджмент как область бизнеса. Цели, задачи, предмет операционного менеджмента. Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы. Функции операционного менеджмента. *направления* операционного менеджмента управление объёмами производства, управление качеством производимой продукции и услуг, управление затратами.

методы анализа бизнес-процессов. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов. Причины, по которым принимается решение по моделированию бизнес-процессов. Методика проведения моделирования бизнес-процессов. История развития методологий моделирования бизнес-процессов. схемы построения оптимизации бизнес-процессов: Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных разрывов в бизнес-процессе. Метод разработки нескольких вариантов бизнес-процесса. Метод уменьшения количества входов и выходов бизнес-процесса. Метод согласования результатов бизнес-процесса с требованиями потребителей. Метод интеграции бизнес-процесса с клиентами и поставщиками. Устранение несоответствий в бизнес-процессе. Минимизация устной информации в бизнес-процессе. Стандартизация форм сбора и передачи информации в бизнес-процессе. Организация точек контроля в бизнес-процессе

1.8 Управленческая экономика в индустрии туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области аналитических исследований экономических, технологических и технических параметров предприятия, а также позволит овладеть навыками применения специальных методов экономического обоснования управленческих решений и оценки их последствий с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказания услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-2; ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки, занимающаяся проблемой принятия решения о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы. Ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Оптимальное принятие решений. Транзакционные издержки. Гипотеза максимизации прибыли. Неэкономические цели фирмы. Социальная ответственность компаний. Типы риска: деловой и финансовый риск. Гипотеза максимизации благосостояния акционеров. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость. Прибыльность и выход фирмы на мировой рынок, международная конкуренция. Альтернативные модели поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости. Экономическая концепция эластичности. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения: дуговой эластичности и точечной эластичности. Различия, полезность дуговой эластичности в реальном бизнесе. Степени эластичности спроса. Факторы эластичности. Влияние эластичности на цену и размеры производства. Эластичность спроса на факторы производства. Эластичность в краткосрочных и долгосрочных периодах. Эластичность спроса и доход. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса. Перекрестная эластичность, товары – заменители и дополняющие (комплементарные) товары. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.

Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде. Изокванта. Предельная норма технического замещения. Краткосрочный анализ валового, среднего и маржинального продукта. Три стадии производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства. Эффект масштаба. Значение производственных функций в принятии управленческих решений. Издержки, их

понятие, значение в управленческих решениях. Издержки бухгалтерские и экономические. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Виды издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде, связь между производством и издержками. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Оптимум производителя. Теория издержек и практика управления фирмой. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости. Чистая приведенная стоимость, ее калькуляция. Коэффициент окупаемости капиталовложений. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности.

Глобализация, аргументы «за» и «против». Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.

Функции правительства в рыночной экономике. Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функция правительства в управлении ими.

1.9 Концептуальные основы профессионального образования в сфере туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области концептуальных основ профессионального образования в сфере туризма с последующим применением в профессиональной сфере.

- организовывать и проводить профессиональное обучение и образование, повышение квалификации в образовательных организациях по программам профессионального обучения в области туризма;

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

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Педагогическая технология. Технология обучения. Образовательная технология. Развитие образовательных технологий нового технологического этапа развития общества. Тренды образовательных технологий. Современные лично-ориентированные образовательные технологии. Инновационные образовательные технологии. Современные авторские образовательные технологии. Современные цифровые технологии в образовании.

мероприятия, направленных на повышение квалификации и совершенствование психологических характеристик работников; системы направленные на развитие персонала; методы, стратегии, технологии; карта тупи сотрудника. Типы и этапы карьеры. Основы планирования карьеры. Управление карьерой в организации. кадровый резерв, его виды и принципы формирования. Работа с персоналом, зачисленным в кадровый резерв. Понятие, базовые принципы, кадровая политика и программы развития; технология управления талантами персонала как инновационный метод повышения конкурентоспособности организации; управление талантами как HR-технология.

1.10 Менеджмент качества услуг на предприятиях туризма и гостеприимства

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области теоретических знаний и практических навыков менеджмента качества услуг на предприятиях туризма и гостеприимства с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества туристских и гостиничных услуг;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-3 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Различные подходы к содержанию понятия «качество». Значение повышения качества на макроуровне. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества. Концепция пост индустриальной экономики. Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Этапы эволюции управления качеством. Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности туристских предприятий как объектов управления. Инструменты управления качеством. Диаграмма Парето. Диаграмма Исикавы. ABC-анализ. Контрольный листок. Функциональные инструменты управления качеством.

Понятие стандартизации. Понятие сертификата и процедуры сертификации. Виды сертификатов. Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации. Понятие стандарта. Роль стандартов в деятельности предприятий. Виды стандартов (классификация). Росстандарт: функции и задачи; история деятельности.

1.11 Стратегическое планирование в туризме

1.1 Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний области стратегического планирования в туризме с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- рассмотреть теоретико-методологические основы стратегического планирования;
- дать обзор стратегического планирования в сфере туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- проанализировать аналитическое обеспечение стратегического планирования в туризме;
- исследовать технологии стратегического планирования туристского предприятия.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего

образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-2 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

история стратегического планирования. Этапы развития стратегического планирования. Предмет и функции стратегического планирования. этапы стратегического планирования. Анализ программ стратегического планирования. Стратегический план. Методы планирования и прогнозирования. Выбор методов планирования. Типы базовых стратегий. Уровни и этапы стратегического планирования. Модель «пяти сил» по Портеру. Методики оценки стратегии развития туристского предприятия. Элементы, определяющие эффективность стратегии.

Понятие о стратегическом планировании в РФ. Система стратегического планирования в РФ. Актуальные документы стратегического планирования развития туризма в РФ. Базовые компоненты документов стратегического планирования развития туризма. Мастер-планирование в туризме. Современные тренды в туризме как условия и факторы стратегического планирования развития туризма в российской федерации. Профильные документы стратегического планирования в сфере туризма (как специализированные, так и в составе комплексных документов). Стратегия развития туризма в РФ до 2035. Федеральные, региональные и муниципальные целевые программы развития туризма. Цели, задачи, структура и эффективность программ. Аналитическое обеспечение стратегического планирования в туризме. Виды источников данных аналитики туризма. Методы и алгоритмы аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

понятие стратегии развития туристского предприятия. Отличительные особенности стратегии по И.Ансоффу и Г.Минцбергу. Процесс реализации стратегии. Модель Гарвардской школы бизнеса. Корпоративное, интерактивное, интуитивное, хаотичное планирование. Контур стратегического планирования. Этапы формирования стратегического плана. Основные направления в определении стратегии руководства фирмой.

1.12 Сервис-дизайн и управление продуктом в индустрии туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических в области планирования и организации ресурсов бизнеса (людей, инфраструктуры и процессов) с целью напрямую улучшить опыт сотрудников и косвенно улучшить клиентский опыт с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом». Функции сервис-дизайна. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI. Бизнес-процессы. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями. Исследование клиентского опыта. Погружение в опыт пользователя. Карта стейкхолдеров. Методы исследования. Качественные методы исследования. Этнография. Этап Эмпатии – Глубинное интервью. Подготовка и проведение. Глубинное интервью: пять почему. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью. Отраслевые специалисты.

Необходимые действия, чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом. Базовый вовлекающий сценарий. Механики вовлечения аудитории и то, как её измерять. Принципе МАУА, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории. Работа с CJM (Customer Journey Map, карта пути клиента): В каких точках аудитория соприкасается с продуктом. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории. Этапы который проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям. С какими барьерами сталкиваются покупатели. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия. Определение барьеров и их устранение. Слои пользовательского Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений. Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.

1.13 Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области организации событийных мероприятий в индустрии туризма и гостеприимства: методологии и технологии организации и управления событийным менеджментом в индустрии туризма с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- умение применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- умение решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- поиск и анализ профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Выставки. Тенденции выставочной индустрии в России. Как повысить эффективность участия в выставке. Коммуникативная компетентность экспонентов. Золотые правила общения на выставке. ВТЛ-индустрия. Дефиниция понятия «ВТЛ коммуникации». Контекст развития ВТЛ-инструментов. Пресс-конференции. Корпоративные события. Спонсорство и благотворительность. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства. Спонсорство как

инструмент бизнеса. Повышение эффективности спонсорства. Проектные характеристики маркетингового мероприятия. Наличие цели и измеримых результатов. Ограниченность времени. Ограниченность ресурсов. Обособленность от прочих замыслов. Оргструктура под проект. Постановка целей. Требования к определению цели события. SMART-критерии. Возможные цели. Повышение узнаваемости. Паблисити. Продажи (выручка и прибыль). Расширение контактов. Обучение, командообразование. Эмоциональная реакция участников. Методика «хочу- могу- буду». Проведение тендера. Ресурсы для объявления тендера. Измерение результатов. Результат и его измерение зависят от поставленной цели. Цели и критерии измерения результатов. Повышение узнаваемости – статистика. Паблисити – количество и качество. Продажи (выручка и прибыль) – монетарное исчисление. Расширение контактов – количество, реальные клиенты, итог. Обучение, командообразование – навыки и знания, новые ролевые позиции. Эмоциональная реакция участников – анализ отзывов, наблюдение во время события.

1.14 Управление клиентским опытом в индустрии впечатлений

1.1 Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области основных положений организации клиентского опыта, а также умение использовать на практике полученные знания при совершенствовании и укреплении конкурентных преимуществ предприятия путем повышения уровня обслуживания потребителей с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать целостное представление о формировании клиентоориентированного подхода к бизнесу в условиях быстро меняющейся среды бизнеса;
- сформировать практические навыки, необходимые специалисту по туризму по управлению клиентским опытом на различных уровнях управления.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-3; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Клиентоориентированность - клиентоцентричность - человекоориентированность – человекоцентричность. Особенности внешних и внутренних коммуникаций на каждом этапе развития компании. Лучшие мировые практики. 7 основных принципов клиентского сервиса. Что такое стандарты и зачем они нужны? Классические стандарты. Разбор и анализ кейсов. Стандарты российских и международных компаний. Стандарты розничных сетей. Стандарты медиа компаний. Стандарты индустрии красоты и здоровья. Публичные стандарты сервиса. Процесс создания модели покупателя. Типичные ошибки, допускаемые при создании модели покупателя. Методика глубинного структурированного интервью и экспресс-интервью. Эмпатия как основа работы с клиентом. Создание карты эмпатии. методики: контрольные закупки, индекс лояльности и индекс удовлетворенности клиентов (Mystery Shopping, NPS, CSI). Преимущества и ограничения каждого метода. Количественные и качественные исследования. Сервис-дизайн и создание карт клиентского пути (service design and customer journey mapping).

Типология создания ценности для клиентов. Инструменты создания ценности. CRM и программы лояльности. Кастомизация продуктов и услуг. Ключевые положения и инструменты Customer Experience Management (CEM). Типы клиентских данных и источники их получения. Интеграция, очистка и хранение клиентских данных. Качество и полнота клиентских данных. Стратегические аспекты CRM. Место стратегии CRM в системе стратегического планирования предприятия. Формализация целей, задач и приоритетов внедрения CRM. Основные типы аналитических инструментов для решения стратегических и тактических задач CRM.

Функциональность систем о CRM для решения задач: поддержки продаж (Sales Force Automation), поддержки маркетинга (Marketing Automation), поддержки сервиса (Service Automation), поддержки отношений с партнерами (Partner Relationship Management). Стратегическое видение отношений с клиентами. Brand Equity vs Customer Equity. Модели описания жизненного цикла клиента (ЖЦК). «Выращивание» новых клиентов из потенциальных. Инструменты развития клиентов: cross-sell, up-sell. Каких клиентов необходимо удерживать и возвращать. Позитивные и негативные стратегии сохранения клиентов.

1.15 Технологии проектного управления в туризме

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических навыков в сфере проектного управления в туризме с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- получение представлений о проектном управлении, цели, сущности;
- определение стейкхолдеров туристских проектов;
- исследование особенностей управления коммуникациями в проектном управлении
- выявление особенностей управления институциональными подсистемами туристского проекта;
- исследование опыта проектного управления.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

История проектного управления. Понятие проектирования. Виды проектов. Объекты проектирования в туризме: процессы, объекты, явления, продукты, услуги, туристские пространства. Целеполагание в туристском планировании. Жизненный цикл проекта. Преимущества проектного управления. Гибкое управление проектами. Инструменты управления проектами. Различия между традиционным и проектным менеджментом. Варианты организации деятельности проектного менеджмента в организации. Методика предпроектного анализа

Влияние стейкхолдеров на туристский проект. Первичные стейкхолдеры (собственники, клиенты, сотрудники, бизнес-партнеры, контрагенты). Вторичные стейкхолдеры (властные структуры, средства массовой информации, местные сообщества). Роль коммуникаций в туризме. Маркетинговые коммуникации. Общественное мнение, связи с общественностью. Свойства, аспекты и функции коммуникаций.

Разработка сметы и бюджета проекта. Минимизация затрат. Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта. Методы оценки стоимости проекта. Бюджет проекта. Контроль и управление качеством проекта. План управления рисками. Риск-менеджмент. Идентификация рисков. формирование проектной команды. Модели организации и управления проектной командой. Мобилизация ресурсов проекта. Мониторинг проекта. Контроль проекта. Управление изменениями и завершение проекта

1.16 Правовые аспекты и международные стандарты в туризме

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области российского и международного законодательного регулирования различных форм деятельности в туристской сфере, с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать представления о социальном и культурном значении законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-3; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

организационно-правовые основы управления и надзора за сервисным обслуживанием и предоставлением гостиничных услуг в гостиничных комплексах и на транспорте в Российской Федерации: Факторы необходимости государственного регулирования. Административно-правовые и экономические методы регулирования сферы услуг, основные формы (инструменты) такого влияния. Направления государственного регулирования. Федеральные и региональные органы государственного регулирования в гостиничном сервисе, их статус и функции. Субъекты предпринимательской деятельности в гостиничном сервисе: Понятие и признаки юридических лиц. Организационно-правовые формы юридических лиц. Способы образования юридических лиц. Государственная регистрация юридических лиц. Реорганизация, ликвидация юридических лиц. Правовое регулирование создания фирм в гостиничном сервисе. Типичные формы организации фирм в гостиничном сервисе, их преимущества. услуг в соответствии с требованиями потребителей. . Международное сотрудничество в сфере сервисного обслуживания и оказание гостиничных услуг за пределами Российской Федерации: Нормативная база международного сотрудничества. Процедуры, применяемые для сотрудничества. Перспективы адаптации иностранного и международного опыта регулирования в сфере в гостиничном сервисе. Международно-правовая регламентация услуг гостиничной индустрии. Источники международного права в сфере гостиничного сервиса. Законодательство иностранных государств в сфере гостиничного сервиса. Международно-правовые формы координации деятельности государств в сфере гостиничного сервиса. Международные организации, действующие в сфере гостиничного сервиса. Международная гостиничная ассоциация. Международные гостиничные правила. Франкфуртская таблица, применение.

1.17 Моделирование социально-экономических процессов и устойчивое развитие туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о моделировании социально-экономических процессов в индустрии туризма с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- оценка основных понятий современной теории с точки зрения возможности моделирования социально-экономических процессов;
- ознакомление с основными проблемами принятия социально-экономических решений;
- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, использующихся в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-5 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

конкуренции. Отношение объекта и модели объекта. Приближение модели к объекту. Задачи и цели моделирования. Роль моделирования в управлении. Виды моделей: абстрактные и вещественные. Виды абстрактных моделей: вербальные, ситуационные, имитационные, стохастические, дискретные, непрерывные. Применение моделирования в различных областях науки и техники. Математические модели. Социально-экономические модели. Предположения и гипотезы при составлении моделей. Схема составления моделей. Задачи оптимизации: моделирование состава изделий; оптимизация распределения ресурсов в сетевых моделях комплексных работ; оптимизация маршрута изготовления изделия; оптимизация технологий и технологических режимов; построение сводного плана и прогнозирование показателей развития предприятия; оптимизация портфеля заказов и производственной программы; оптимизация календарно-плановых нормативов; оптимизация краткосрочных планов производства. Постановка задачи линейного программирования: найти максимальное (минимальное) значение линейной целевой функции при условиях-ограничениях, представленных в виде линейных уравнений или неравенств. Свойства основной задачи линейного программирования и их связь со свойствами выпуклых множеств. Решение задачи линейного программирования геометрическим методом и его этапы. Обзор литературы по концепции устойчивого развития туризма и методам его моделирования. Концепция устойчивого развития. Концепция устойчивого развития туризма. Математические модели устойчивого развития туризма. Выбор факторов для моделей устойчивого развития туризма

1.18 Лабораторный практикум по мастер-планированию туристских пространств

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о мастер-планировании туристских пространств, формировании практических навыков по управления их реализацией для последующего применения полученных знаний и навыков в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Получение представлений об основах пространственной организации туристских территорий;

2. Формирование навыков проектирования туристских пространств различного уровня;
3. Получение системного представления о территориальной организации туризма;
4. Формирование навыков мастер-планирования туристских территорий.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры*, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-2 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Методы анализа социально-экономических и демографических процессов и показателей для территориального планирования. Принципы, условия и факторы территориального планирования. Учёт региональной специфики территориального планирования. Комплексность и системность территориального планирования. Подсистемы территориального планирования.

Понятие мастер-плана. Цели, задачи. Отличие мастер-плана от туристского кластера. Компоненты и элементы мастер-плана. Опыт применения мастер-планов в России. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма. Источники данных и методы их обработки для мастер-планов

Уровни туристского мастер-плана: федеральный, макрорегиональный, региональный, локальный. Установление коммуникаций между органами региональных властей различных территорий при планировании межрегиональных туристских пространств. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма. Экологические аспекты и сохранение природных ресурсов при планировании туристских пространств. Социальные и демографические аспекты планирования туристских территорий. Принцип сохранения уникальности территорий. Зоны с особыми условиями при проектировании территорий. Требования к составу, содержанию и оформлению мастер-плана туристской территории. Источники финансирования мастер-плана туристской территории. Ключевые факторы успеха реализации мастер-плана. Конструктивные решения при формировании мастер-плана

Предпроектный анализ территории. Обоснование необходимости мастер-плана. Источники финансирования мастер-плана туристской территории. Стейкхолдеры при планировании туристских пространств. Принцип диверсификации туристских предложений для различных потребительских групп при мастер-планировании. Исследование туристских запросов при проектировании туристских пространств. Виды ресурсов, используемых в мастер-планировании туристских пространств. Конструктивные решения при формировании мастер-плана. Дорожная карта мастер-плана

1.19 Организация государственного и муниципального управления в сфере туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических *в области теоретических и организационно-правовых основ государственного и муниципального управления на примере гостиничной и туристской деятельности Российской Федерации* с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;

- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирующего) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Основные понятия и предмет дисциплины. Признаки власти. Система органов государственной власти в РФ. Полномочия властных структур. Судебная система. Система управления рекреацией и туризмом в РФ. Государственные органы специальной компетенции и структура управления рекреацией и туризмом в РФ. Полномочия федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма в РФ. Эволюция центральных органов управления отраслью.

1.20 Управление проектами государственно-частного партнёрства в индустрии туризма

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний форм государственно-частного партнёрства, применяемые как в РФ, так и в зарубежных странах, методов ГЧП, особенностей правового режима, критериев и условий реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП, источников финансирования проектов с последующим применением в профессиональной сфере

Задачи дисциплины (модуля):

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнёрства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнёрстве и проанализировать направления его совершенствования;
- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнёрства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их совершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнёрства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-2 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Основные принципы построения государственно-частного партнерства (ГЧП), наличие юридически оформленных соглашений между публичной и частной сторонами, распределение рисков и финансовой ответственности между сторонами, публичная, социальная направленность проекта, долгосрочность обеспечения и предоставления услуг. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации: любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса ;государственные контракты; арендные отношения; финансовую аренду (лизинг); государственно-частные предприятия; соглашения о разделе продукции (СРП); концессионные соглашения. Инструменты государственно-частного партнерства в Российской Федерации: Инвестиционный фонд Российской Федерации, концессия, национальные спортивные проекты, формирование интегрированных структур. Мировая практика сотрудничества государственной власти и частного бизнеса при реализации проектов ГЧП в спортивной индустрии по направлениям: развитие инфраструктуры спортивных организаций, развлекательная инфраструктура и спортивные сооружения, маркетинг и продвижение национальных спортивных проектов. Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях: BOT (Build - Operate - Transfer) – «Строительство – Управление – Передача». Концессионер строит объект и эксплуатирует в течение определенного времени, после чего передает государству. BTO (Build - Transfer - Operate) –«строительство – передача – управление». Концессионер строит объект и сразу после окончания строительства передает его в собственность государству, после чего он принимает данный объект в эксплуатацию. BOO (Build - Own - Operate) «строительство – владение – управление»: концессионер осуществляет строительство объекта, после чего получает данный объект в собственность с неограниченным сроком действия. BOOT (Build - Own - Operate - Transfer) «строительство – владение – управление –передача»: концессионер строит объект и владеет им в течение определенного срока, после чего права собственности на объект переходят государству. BBO (Buy - Build - Operate) «покупка – строительство – управление»: государство продает объект, а покупатель осуществляет восстановление или расширение существующего объекта. Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса наиболее широко распространены: BRT (Built, Rent, Transfer) «строительство - аренда - передача»; DFBOT (Design, Finance, Built, Operate, Transfer) «проектирование - финансирование - строительство -эксплуатация - передача»; BOLT (Built, Operate, Lease, Transfer) «строительство - управление - аренда - передача»; DBO (Design, Build, Operate) «проектирование - строительство эксплуатация»).

1.21 Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области стратегий повышения конкурентоспособности туристских проектов с последующим применением в профессиональной сфере

Задачи дисциплины (модуля):

- Изучить теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности
- Исследовать инструменты повышения конкурентоспособности
- Сформировать навыки исследования и применения методик конкурентоспособности туристских проектов
- Выявить конкурентные стратегии и их применение в туристских проектах
- Исследовать способы управления конкурентными преимуществами туристских проектов.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной

программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ОПК-5 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Виды конкуренции. Функции конкуренции. Конкурентоспособность. Факторы, влияющие на конкурентоспособность. Инновации как инструмент повышения конкурентоспособности. Роль качества в конкурентоспособности. Развитие персонала. Совершенствование инфраструктуры. Маркетинг. Коллаборации в бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности. источники информации для оценки конкурентоспособности туристских проектов. Методы сбора и обработки информации. Статистика и аналитика. Оценка конкурентоспособности туристских проектов. Экономические, маркетинговые, качественные, организационные, технические показатели конкурентоспособности туристских проектов. Эффективность проектов. Исследование конкурентов. стратегии ценовой конкуренции. Стратегия со-конкуренции. Стратегии на основе инноваций. Стратегии на основе положительного имиджа. Уникальность проекта. Высокое качество проекта. Управление рисками проекта. организационно-управленческие мероприятия для поддержания конкурентоспособности туристского проекта.

1.22 Стратегическое управление региональным туризмом

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися знаний в области теоретических знаний и практических навыков стратегического управления региональным туризмом с последующим применением в профессиональной сфере

Задачи дисциплины (модуля):

- получение обучающимся основных сведений о специфике регионального туризма, основных тенденциях;
- получение знаний о системе управления региональным туризмом;
- изучение существующих методов управления региональным туризмом;
- получение прикладных знаний в формировании региональных программ развития туризма;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки стратегии управления и региональных программ развития в туризме.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

понятие регионального туризма. Факторы, влияющие на развитие регионального туризма. Влияние географического положения, населения, экономического развития, инфраструктуры, известности региона, туристских ресурсов, безопасности, структура управления сферой туризма, уровни управления, региональные и муниципальные органы управления, их полномочия, государственное регулирование сферы туризма, способы регулирования: субсидии, налоговые преференции, государственные инвестиции, подготовка кадров для сферы туризма. структура управления сферой туризма, уровни управления, региональные и муниципальные органы управления, их полномочия, государственное регулирование сферы туризма, способы регулирования: субсидии, налоговые преференции, государственные инвестиции, подготовка кадров для сферы туризма. *Федеральные и региональные законы, постановления, правила,*

стандарты в сфере туризма. Понятие региональной программы развития, цели, задачи программ, структура программ. Подпрограммы, отчётность о выполнении программ. Программы развития туризма как фактор реализации туристского потенциала регионов. Исполнители и финансовое обеспечение программ развития туризма. Понятие региональной программы развития, цели, задачи программ, структура программ. Подпрограммы, отчётность о выполнении программ. Программы развития туризма как фактор реализации туристского потенциала регионов. Исполнители и финансовое обеспечение программ развития туризма

1.23 Второй иностранный язык

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об иностранном языке (испанском), знании терминологии иностранного языка (испанского) с последующим применением практических навыков профессионального владения иностранным языком (испанским) в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

7. Формирование представлений о нормах изучаемого языка в традиционной общелитературной области;
8. Развитие умений устной и письменной коммуникации на иностранном языке в межличностном общении;
9. Развитие коммуникативной компетенции и практических навыков иноязычного общения в рамках монологичной онлайн среды, медиации, восприятия и порождения письменных текстов (академического письма);
10. Знание лексических и грамматических единиц и их использования при порождении и восприятии иноязычных высказываний;
11. Построение логичных высказываний (устных и письменных) в профессиональной коммуникации на базе восприятия и порождения самостоятельных текстов при чтении, письме и аудировании;
12. Владение навыком преобразования иноязычных языковых форм в соответствии с медиацией в сфере профессиональной коммуникации.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры*, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-4, в соответствии с учебным планом.

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об иностранном языке (испанском), знании терминологии иностранного языка (испанского) с последующим применением практических навыков профессионального владения иностранным языком (испанским) в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

13. Формирование представлений о нормах изучаемого языка в традиционной общелитературной области;
14. Развитие умений устной и письменной коммуникации на иностранном языке в межличностном общении;
15. Развитие коммуникативной компетенции и практических навыков иноязычного общения в рамках моновязычной онлайн среды, медиации, восприятия и порождения письменных текстов (академического письма);
16. Знание лексических и грамматических единиц и их использования при порождении и восприятии иноязычных высказываний;
17. Построение логичных высказываний (устных и письменных) в профессиональной коммуникации на базе восприятия и порождения самостоятельных текстов при чтении, письме и аудировании;
18. Владение навыком преобразования иноязычных языковых форм в соответствии с медиацией в сфере профессиональной коммуникации.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры*, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-4, в соответствии с учебным планом.

1. Алфавит, его транскрипция и правила чтения.
2. Особенности фонетической системы современного испанского языка.
3. Испанский язык в мире.
4. Имя существительное. Род и число.
5. Типы интонации.
6. Существительное. Множественное число.
7. Повествовательные, вопросительные и восклицательные предложения

Сообщение информации о друге: имя, возраст, семейное положение, место учебы, работы, увлечения. Виды артикля. Единственное и множественное число артикля.

1. Безличная конструкция с *hay*.
2. *Numerales cardinales* 11-29.
3. Особенности произношения причастий на *-ado*.
4. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.
5. Описание дома. Беседа о комнате, планировке, мебели.
6. Отклоняющиеся глаголы 1-й группы.
7. Безличная конструкция с *hay*.
8. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.
9. Вопросы к главным членам предложения.
10. *Presente de indicatio* глагола индивидуального спряжения *tener*.
11. Глагольная конструкция *tener que + infinitivo*.

1.24 Рекреационный туризм и сервис для лиц с ограниченными возможностями здоровья

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об особенностях и технологиях инклюзивного взаимодействия, по развитию, реабилитации и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья, осуществлению психолого-педагогического сопровождения процессов их социализации, реализации просветительских программ, способствующих формированию в обществе толерантного отношения к лицам с ограниченными возможностями с последующим применением в профессиональной сфере

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций УК-5 ПК-1 в соответствии с учебным планом

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. Анализ развития инклюзивного туризма в стране. виды инклюзивного туризма и возможности доступности туризма для инвалидов, значимость туризма для людей с ограниченными физическими возможностями, государственная политика в области инклюзивного туризма и планирование развития этого сектора на государственном и региональном уровнях социальный туризм; источники финансирования; государственная поддержка; ресурсы и ограничения; цели и средства; социальное предпринимательство. Специфика отличие санкур и СКЛ, санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан, санаторно-курортное лечение для пострадавших на производстве, обеспечение санаторно-курортным лечением отдельных категорий граждан, принцип предоставления, Порядок действий, инфраструктурные и географические аспектов специализации и специализированных санкур,

1.25 Формирование инклюзивной среды для лиц с ОВЗ в туризме и гостеприимстве

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об особенностях и технологиях инклюзивного взаимодействия, по развитию, реабилитации и социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья, осуществлению психолого-педагогического сопровождения процессов их социализации, реализации просветительских программ, способствующих формированию в обществе толерантного отношения к лицам с ограниченными возможностями с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций УК-5 ПК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.

Понятие доступной среды. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Виды

доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды. Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания. Паспорт доступности.

1.26 Адаптивные информационные технологии в профессиональной деятельности

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины заключается в получении обучающихся с инвалидностью и ОВЗ теоретических знаний области современных адаптивных информационных технологий, освоение общих принципов работы с инструментарием информационных технологий и получение практических навыков, необходимых для последующего применения в профессиональной сфере современных информационных технологий для решения прикладных задач.

Задачи дисциплины:

1. Формирование у обучающихся знаний принципов сбора, отбора и обобщения информации с помощью специализированных средств.
2. Обеспечение устойчивых навыков систематизации в условиях локальных и глобальных сетей и систем телекоммуникаций, новых информационных технологий.
3. Формирование умения работы с информационными источниками, приобретение опыта научного поиска, создания учебных и научных текстов.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1, УК-4 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Современное состояние уровня и направлений развития технических и программных средств универсального и специального назначения. Тифлотехнические средства для студентов с нарушениями зрения. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения) в процессах сбора и хранения информации. Использование брайлевской техники, видеоувеличителей, программ синтезаторов речи, программ невизуального доступа к информации. Сурдотехнические средства для студентов с нарушениями слуха. Сурдотехнические средства реабилитации. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха) в процессах сбора и хранения информации.

Ассистивные технологии в научно-исследовательской деятельности. Информационные технологии обработки текстовых данных в научно-исследовательской деятельности. Информационные технологии обработки табличных данных в научно-исследовательской деятельности. Средства анализа и визуализации экспериментальных данных. Информационные технологии подготовки презентаций по научно-исследовательской деятельности. Информационные технологии работы в библиографических и реферативных базах данных.

1.27 Реализация возможностей в инклюзивном обществе

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о процессах инклюзивного образования с последующим применением в области профессиональной деятельности в сфере образования, обладающих достаточным объемом знаний и уровнем компетенций для решения профессиональных задач.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Сформировать предпосылки профессионального мировоззрения будущих педагогов, работающих в условиях инклюзивного образовательного пространства.
2. Познакомить обучающихся с системой образовательных услуг, предоставляемых лицам с ОВЗ в условиях инклюзивного образования.
3. Дать характеристику группе лиц с ОВЗ, требующими применения технологий возможностей.
4. Сформировать систему знаний о средствах реабилитации, необходимых для обеспечения доступности среды для обучающихся с ОВЗ в инклюзивном образовании.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1, УК-4, УК-5, УК-6 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общество, инклюзия, лица с ОВЗ и инвалидностью. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Типологические особенности лиц с нарушениями зрения. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Классификация и типологические особенности лиц с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата. Классификации и типологические особенности лиц с соматическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с интеллектуальными нарушениями. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями речи. Особенности проявления различных нарушений в развитии и этика построения коммуникации с людьми, имеющими инвалидность.

Современное общество и его отношение к лицам с ОВЗ и инвалидностью. Социальные проблемы людей с инвалидностью, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество. Медицинская и социальная модели инклюзии. Психологические проблемы, препятствующие инклюзии и социализации людей с ОВЗ в общество. Нормативно-правовая база образования детей с ограниченными возможностями здоровья. Реализация права на образование лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов традиционно является одним из значимых аспектов государственной политики в сфере образования. Нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации.

Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ.

«О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года).

Стандарты формирования безбарьерной среды для инвалидов. Нормативное регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды. Требования Федерального закона от

30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

Технические требования доступности, включая доступность для инвалидов и других маломобильных групп населения»; ГОСТ Р 51630-2000 «Платформы подъемные с вертикальным и наклонным перемещением для инвалидов. Технические требования доступности»; ГОСТ Р 52131- 2003 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2000. «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 52875- 2007 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

1.28 Управление брендом туристских дестинаций

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области формирования и продвижения регионального туристского бренда с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать знания и умения в области применения инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
- рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
- проанализировать возможные способы управления брендом;
- изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
- дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
- ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-3 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

основные понятия брендинга территорий; виды брендов территории; предпосылки возникновения территориальных брендов; брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места; исторические формы продвижения территорий; возникновение названий-брендов; структурированный подход к брендингу территорий; моногорода - заложники корпоративных брендов; брендинг территорий в бывшем СССР; брендинг в информационную эпоху. основные понятия брендинга территорий; виды брендов территории; предпосылки возникновения территориальных брендов; брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места; исторические формы продвижения территорий; возникновение названий-брендов; структурированный подход к брендингу территорий; моногорода - заложники корпоративных брендов; брендинг территорий в бывшем СССР; брендинг в информационную эпоху. сущность маркетинга и брендинга территорий; вредные стереотипы брендинга территорий; маркетинг территорий в России.

факторы, формирующие бренд города; айдентика туристского пространства; визуализация айдентики в бренде; логическая схема брендинга города; концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда; восприятие (имидж) бренда города: капитал бренда, различительная способность бренда, лояльность бренда. Работа с городским пространством: визуализация бренда; работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда; культурная жизнь в городе: «оживление» бренда. экономика событий; производственный туризм; эффект

Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе.

1.29 Современные технологии туристского брендинга

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний в области современных технологий туристского брендинга с последующим применением в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать знания и умения в области применения инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
- рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
- проанализировать возможные способы управления брендом;
- изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов
- дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
- ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *магистратуры* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-3 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Сущность и содержание термина айдентика. Айдентика туристских территорий. Отражение айдентики в бренде территорий. Айдентика и бренды туристских территорий. Удачные и неудачные примеры реализации айдентики в бренде туристских территорий. Общество, айдентика, бренд. Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием). Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района. Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов.

брендинг территории; бренд-платформа; архитектура бренда; территориальный брендинг. основные понятия брендинга территорий; виды брендов территории; предпосылки возникновения территориальных брендов; брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места; исторические формы продвижения территорий; возникновение названий-брендов; структурированный подход к брендингу территорий; моногорода - заложники корпоративных брендов; брендинг территорий в бывшем СССР; брендинг в информационную эпоху. экономика событий; производственный туризм; эффект Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор

оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе

2. Факультативные дисциплины (модули)

2.1 Искусственный интеллект и статистика больших данных

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается:

- в изучении основных технологий решения задач обработки статистики больших по объему данных, умение применять методы искусственного интеллекта для анализа больших данных на практике и реализовывать приложения для аналитики больших данных.;
- в формировании практических навыков при решении научно-исследовательских и аналитических задачах профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучить задачи классификации и кластеризации больших объемов данных;
2. Изучить критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий Big Data;
3. Изучить интеллектуальные системы для решения аналитических задач;
4. Сформировать навыки работы с большими массивами данных;
5. Изучить технологии и программные средства обработки больших данных и методы машинного обучения для решения прикладных задач;
6. Изучить языки программирования для работы с большими объемами данных.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-2 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы,

решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

2.2 Основы когнитивных и семантических технологий

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об информационных системах и технологиях с последующим применением в профессиональной сфере и в формировании практических навыков по аналитическо-информационной работе, развитию навыков поиска, критического анализа и синтеза информации.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Понять реальные возможности современных информационных систем и технологий для аналитической работы, управления бизнесом и обеспечения его безопасности.
2. Получить представление об инструментах когнитивных технологий - программе индексации и сравнения текстов, отнесении текстов к тематике, установлении эмоциональной окраски текста. Применение когнитивных технологий при принятии решений.
3. Методологическое осмысление искусственного интеллекта, основанного на работе семантических инструментов.
4. Усвоить теоретические знания об основных информационных ресурсах, методах поиска, поисковых механизмах и приемах пользования ими.
5. Научить анализировать информацию, грамотно составлять поисковые запросы, снижать круг поиска до приемлемых величин, а также убеждаться в достоверности информации.
6. Формировать представления о приемах, поисковых сайтах и программах для специализированного поиска информации.
7. Обучить навыкам работы с наиболее интересными системами веб-аналитики.

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1 в соответствии с учебным планом.

1.3 Краткое содержание дисциплины (модуля)

Понятие когнитивных технологий. Самые перспективные когнитивные технологии. Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта. Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России. Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как

научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования" для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных.