

**Разработка туристических дестинаций**

**Учебный план курса**

**Цели дисциплины**

|  |
| --- |
| Основными задачами курса являются расширение понимания учащимися современных теоретических концепций управления туристическими направлениями и выработка системного понимания разработки туристических направлений. В ходе групповой проектной работы, дискуссий в аудитории, прохождения литературы по курсу студенты будут вырабатывать компетенции в области разработки туристических направлений. |

**Учебные цели:**

|  |
| --- |
| Ожидается, что по окончании курса обучения студенты будут уметь:  1 Анализировать ряд сложных ситуаций, касающихся управления туристическими направлениями и находить верные решения, включая портфолио туристических направлений.  2 Собирать данные и выявлять ключевые факторы, касающиеся разработки туристических направлений, проверки и оценки потенциала для развития туризма.  3 Консультироваться и представлять грамотно структурированные обоснования для местных, региональных и федеральных органов, связанные с генеральными планами, стратегиями и политикой разработки туристических направлений. |

**Описание курса:**

|  |
| --- |
| **Раздел 1. Тенденции в разработке туристических направлений**  Обзор теоретических основ разработки туристических направлений. Концептуальные модели, связанные с причинами разработки туристических направлений. Управление туристическим направлением. Общие характеристики разработки туристического направления в изменяющейся среде на глобальном, национальном, региональном и местном уровнях. Понимание долгосрочных и краткосрочных результатов разработки направления.  **Раздел 2. Разработка продукции, связанной с туристическим направлением**  Жизненный цикл продукции, связанной с туристическим направлением. Портфолио продукции. Организация управления направлениями (DMO). Участие DMO в разработке продукции. Общие модели стратегии разработки продукции. Принципы разработки продукции, связанной с направлением. Разработка туристических пакетов. Разработка программы мероприятий, фестивалей, культурных программ.  **Раздел 3. Управление качеством в разработке туристических направлений**  Понятие качества в туристической отрасли. Качество в туристической отрасли как драйвер развития. Максимизация степени удовлетворенности посетителей и проблемы оценки. Потребности, пожелания и ожидания. Системный подход к управлению качеством в туристической отрасли. Стандарты качества и критерии аттестации. Стратегия повышения качества туристического направления. Факторы, влияющие на стратегию повышения качества туристического направления. Типы показателей качества. Системная основа для разработки и реализации стратегии повышения качества туристического направления.  **Раздел 4. Генеральный план развития туристической отрасли**  Процесс планирования в туристической отрасли. Планирование разработки туристического направления. Институциональная основа разработки туристического направления. Планирование развития туристической отрасли на национальном уровне. Преимущества стратегического планирования туристической отрасли. Подход «за и против» к развитию туристических кластеров в развитии туристической отрасли. Внедрение стратегии разработки туристического направления. Финансирование разработки туристического направления. Государственно-частное партнерство. Преимущества партнерств. Роли и обязанности экономических агентов в разработке туристического направления.  **Раздел 5. Устойчивое развитие туристического направления**  Введение в устойчивое развитие: сущность, предмет и область применения. Принципы устойчивости. Показатели устойчивости. Политика развития устойчивости. Устойчивая туристическая отрасль как инструмент развития. Ситуационный анализ. Маркетинг устойчивой туристической отрасли. Ситуационные практикумы. |

**Учебная деятельность и методика обучения:**

|  |
| --- |
| Лекции, ситуационные практикумы и обсуждения, обсуждение научных статей, работа в аудитории, работа в рамках проектной команды, доклады студентов, итоговая экзаменационная работа. |

**Методы оценивания:**

|  |
| --- |
| Результаты обучения (1), (2), (3) оцениваются в рамках работы проектной группы. Студенты будут работать самостоятельно и в командах.  Результат обучения (1) оценивается с помощью анализа ситуационных практикумов и устных докладов.  Результаты обучения (2), (3) оцениваются с помощью работы в аудитории, обсуждения научных работ и устных докладов.  **Итоговый экзамен (60%), доклад (40%)** |

**Рекомендуемая литература:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Авторы | Название | Издатель | Год | Номер ISBN |
| Alastair M. Morrison | Marketing and Managing Tourism Destination | Routledge | 2013 | 978-0-415-67449-8 |
| Jennifer Stange, David Brown, Solimar International | Tourism destination management. Achieving sustainable and competitive results. Online tool kit and resource series. | International Insitute for Tourism Studies | 2004 | 0-13-111293-7 |

**Сопоставление учебных целей курса и учебных целей магистерской программы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название курса | Учебные цели программы | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Разработка туристических направлений |  | V |  | V | V |  |  | V | V |

**Сопоставление методов оценки работы по курсу**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название курса | Оценивание в рамках мероприятий с ограничением по времени | Отчет | Эссе | Устный доклад | Анализ ситуационных практикумов | Иное |
| Разработка туристических направлений |  | V |  | V | V | V |