

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

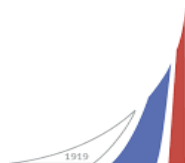
**С.В. Илькевич, Т.П. Розанова**

**РАЗВИТИЕ ДЕСТИНАЦИЙ**

**Рабочая учебная программа**  
**пилотного модуля “Развитие дестинаций” (Destination Development)**  
дистанционной сетевой магистерской программы  
“Стратегия и лидерство в туризме”, разрабатываемой консорциумом  
европейских, российских и киргизских университетов в рамках проекта  
EurDiQ «Европейское измерение квалификаций туристического сектора»  
программы Европейской Комиссии ERASMUS+  
номер проекта: 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-CBHE-SP



**Erasmus+**



**ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Москва 2018**

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор

\_\_\_\_\_ М.А. Эскиндаров  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**С.В. Илькевич, Т.П. Розанова**

**РАЗВИТИЕ ДЕСТИНАЦИЙ**

**Рабочая учебная программа**  
**пилотного модуля “Развитие дестинаций” (Destination Development)**  
дистанционной сетевой магистерской программы  
“Стратегия и лидерство в туризме”, разрабатываемой консорциумом  
европейских, российских и киргизских университетов в рамках проекта EurDiQ  
«Европейское измерение квалификаций туристического сектора»  
программы Европейской Комиссии ERASMUS+  
номер проекта: 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-CBHE-SP

УДК 338.48  
ББК 65.28  
И 471

**Рецензент:** Яна Орфаниду (Yianna Orphanidou) – профессор Университета Никосии, Кипр (University of Nicosia, Cyprus).

**Авторы:** Илькевич С.В., Розанова Т.П.

Рабочая учебная программа пилотного модуля (учебной дисциплины) “Развитие дестинаций” (Destination Development) дистанционной сетевой магистерской программы “Стратегия и лидерство в туризме”, разрабатываемой консорциумом европейских, российских и киргизских университетов в рамках проекта EurDiQ «Европейское измерение квалификаций туристического сектора» программы Европейской Комиссии ERASMUS+, номер проекта: 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-SBHE-SP. – М.: Финансовый университет. Департамент менеджмента, 2018. – 53 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

**Учебное издание**

**Илькевич Сергей Викторович**

**Розанова Татьяна Павловна**

**Развитие дестинаций**

Компьютерный набор, верстка: Илькевич С.В.  
Формат 60x90/16. Гарнитура *Times New Roman*  
Усл. п.л. 2,2. Изд. № 2018. Тираж экз. Заказ № \_\_\_\_\_

© С.В. Илькевич, Т.П. Розанова, 2018  
© Финансовый университет, 2018

## Содержание

Краткая информация о проекте Эразмус+ EurDiQ	5
1. Наименование дисциплины	6
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	6
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	9
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	10
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	10
5.1. Содержание дисциплины	10
5.2. Учебно – тематический план	16
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	17
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	21
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	25
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	25
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	31
7.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы	31
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений	35
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов	39
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	44
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	47
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	50
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	52
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	52

**Рабочая учебная программа**  
**пилотного модуля “Развитие дестинаций” (Destination Development)**  
дистанционной сетевой магистерской программы  
“Стратегия и лидерство в туризме”, разрабатываемой консорциумом  
европейских, российских и киргизских университетов в рамках проекта  
EurDiQ программы Европейской Комиссии ERASMUS+

Проект Программ Европейской Комиссии Эразмус+ «Европейское измерение квалификаций туристического сектора», (сокращенное название EurDiQ, регистрационный номер проекта: 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-CBHE-SP) // the European Commission Program Erasmus+ “European Dimension in Qualifications for the Tourist Sector (EurDiQ)”, Number 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-CBHE-SP.

**Укрупненный тематический план модуля «Развитие дестинаций»**  
**(Destination Development)**

**Тема 1.** Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций.

**Тема 2.** Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства.

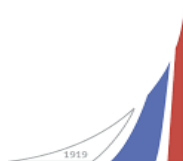
**Тема 3.** Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства.

**Тема 4.** Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций.

**Тема 5.** Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма.



**Erasmus+**



**ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## 1. Наименование дисциплины

Развитие дестинаций

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

Цель дисциплины - сформировать базовые теоретические знания о туристских дестинациях, обучить приемам анализа и планирования развития дестинаций, выстраивания эффективных бизнес-моделей и стратегий в контексте развития дестинаций, овладеть навыками разработки оригинальных программ и подпрограмм в области формирования стратегий и моделей развития дестинаций.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции <sup>1</sup>	Результаты обучения (владения <sup>2</sup> , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ДК Н-3	Способность к анализу и оценке туристского потенциала территории и инфраструктуры туризма во взаимосвязке с бизнес задачами и стратегиями развития предприятий и проектов в индустрии туризма.	<p>1. Выявляет и формулирует стратегические альтернативы развития территории, применяя методы проведения комплексного анализа и оценки туристского потенциала территории и инфраструктуры туризма.</p> <p>2. Демонстрирует навыки разработки, внедрения и реализации стратегии компании.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> подходы к проектированию развития туризма на перспективных территориях на основе оценки туристского потенциала с учетом существующей и будущей инфраструктуры и интересов всех стейкхолдеров;</li> <li>• <b>уметь:</b> выявлять факторы, которые в контексте конкретной туристской территории оказывают влияние на выбор альтернатив в стратегии туристского освоения территории с учетом интересов бизнес сообщества.</li> <li>• <b>знать:</b> системы сбалансированных показателей и подходы к их применению для организаций индустрии туризма и гостеприимства в контексте выстраивания стратегии компаний в перспективных дестинациях;</li> </ul>

<sup>1</sup> Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

<sup>2</sup> Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>3. Выбирает метрики результативности компании на каждом этапе жизненного цикла компании.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>уметь:</b> выявлять сильные и слабые стороны предприятий и проектов предприятий и проектов в обеспечении эффективного развития на основе системы сбалансированных показателей, предлагать мероприятия по оптимальному использованию возможностей и уменьшению потенциала угроз в контексте расширения присутствия бизнеса в развивающейся дестинации.</li> <li>• <b>знать:</b> концепции жизненного цикла компании и жизненного цикла дестинации, системы сбалансированных показателей для компаний и для дестинаций;</li> <li>• <b>уметь:</b> соотносить жизненный цикл компании и систему сбалансированных показателей ее развития с текущим состоянием дестинации и планами и прогнозами ее дальнейшего развития. Выстраивать проактивные и инновационные стратегии в быстрорастущих сегментах дестинации.</li> </ul>
ПК Н-2	<p>Способность осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления, применять модели и методы менеджмента для решения текущих и стратегических задач, для планирования, прогнозирования и контроля результатов хозяйственной деятельности организаций</p>	<p>1. Использует методы и модели стратегического и тактического управления в разработке и реализации актуальных направлений деятельности организаций туристской индустрии.</p> <p>2. Демонстрирует навыки foresight прогнозирования</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> особенности построения и структуру экономической стратегии предприятий, включая элементы, способствующие достижению устойчивого развития. Знать методики оценки эффективности управленческих решений в широком социальном и экологическом контекстах и с учетом интересов всех стейкхолдеров в индустрии туризма и гостеприимства;</li> <li>• <b>уметь:</b> составлять сбалансированные аналитические отчеты для предстоящих и реализованных управленческих решений и программ в индустрии туризма и гостеприимства.</li> <li>• <b>знать:</b> подходы и методики к туристскому планированию и проектированию на основе</li> </ul>

	туристской индустрии.	<p>развития туристского рынка с целью эффективного функционирования туристской индустрии.</p> <p>3. Применяет теоретические знания по управлению процессами проектирования и контроля результатов в практической деятельности организаций туристской индустрии.</p>	<p>принципов и критериев устойчивого развития, лучшие международные и российские практики и инструменты инклюзивного планирования проектов в индустрии туризма и гостеприимства, подходы и методологические особенности и техники foresight;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>уметь:</b> формировать предложения при разработке стратегий предприятия для достижения целей устойчивого развития, разрабатывать прогнозы и предложения по отраслевому, региональному, межфирменному и внутрифирменному проектированию в туризме на основе всестороннего учета показателей, выбирать подходящие инструменты обеспечения устойчивости развития при планировании проектов.</li> <li>• <b>знать:</b> подходы и методики по управлению процессами проектирования и контроля результатов деятельности субъектов хозяйствования в индустрии туризма и гостеприимства, по обеспечению о долгосрочной эффективности бизнес-моделей организаций и проектов;</li> <li>• <b>уметь:</b> проводить комплексный анализ аспектов, факторов и детерминант устойчивого и эффективного долгосрочного развития для бизнес-моделей предприятий и проектов туристской индустрии с учетом специфических ограничений и потенциала конкретной территории.</li> </ul>
УК-1	Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке	1.Использует методы абстрактного мышления, анализа информации и синтеза проблемных ситуаций, формализованных моделей процессов и явлений в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> методы анализа информации для выявления проблем организационно-управленческого и финансового характера в формировании и развитии туристских дестинаций;</li> <li>• <b>уметь:</b> оперативно реагировать на тенденции и изменение рынка в контексте формирования и развития туристских дестинаций.</li> </ul>



стратегии действий		<p>2. Демонстрирует способы осмысления и критического анализа проблемных ситуаций.</p> <p>3. Предлагает нестандартное решение проблем, новые оригинальные проекты, вырабатывает стратегию действий на основе системного подхода</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> особенности формирования и развития региональных туристских кластеров в Российской Федерации;</li> <li>• <b>уметь:</b> критически анализировать кластерные модели, основанные на сравнительных конкурентных преимуществах в масштабах глобальных, региональных и локальных рынков.</li> <li>• <b>знать:</b> принципы формирования, управления, оценки эффективности туристских дестинаций, в том числе кластеров;</li> <li>• <b>уметь:</b> разрабатывать оригинальные программы и подпрограммы в области формирования стратегий и моделей развития дестинаций, в том числе туристских кластеров, на основе системного подхода.</li> </ul>
--------------------	--	---	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Развитие дестинаций» (**Destination Development**) относится к пилотному модулю “Развитие дестинаций” дистанционной сетевой магистерской программы “Стратегия и лидерство в туризме”, разрабатываемой консорциумом европейских, российских и киргизских университетов в рамках проекта EurDiQ (Европейское измерение квалификаций туристического сектора») программы Европейской Комиссии ERASMUS+, регистрационный номер проекта: 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-CBHE-SP.

В рамках курса широко освещается зарубежный и отечественный опыт в данной предметной области. Для изучения дисциплины студент должен обладать навыками работы с первоисточниками, обобщать и интерпретировать полученную информацию.

#### 4. Объем дисциплины в з. е. и в академических часах с выделением объема аудиторной и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации – экзамен.

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 3 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>10 з.е./360</b>	<b>360</b>
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	<b>120</b>	<b>120</b>
<i>Лекции</i>	40	40
<i>Семинары, практические занятия</i>	80	80
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>240</b>	<b>240</b>
Вид текущего контроля	-	-
Вид промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>	<i>экзамен</i>

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

##### 5.1. Содержание дисциплины

#### Тема 1. Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций

Бизнес-модели сферы туризма, ориентированной на конкурентоспособность территории, их взаимосвязи с бизнес-задачами и стратегиями туристской компании. Роль государственного и муниципального управления сферой туризма, менеджмента и предпринимательства в развитии городов и территорий. Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий. Туристский потенциал территории во взаимоувязке с бизнес задачами и стратегиями туристских предприятий.

Концепция поляризации мирового туристского пространства. Пространственные процессы современного рынка туристских услуг. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Стратегия развития туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция

эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Принципы построения системы управления туристской дестинацией.

Формирование туристской привлекательности как необходимое условие продвижения территории. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Структура туристской дестинации.

Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий. Основные принципы менеджмента дестинаций на основе стейкхолдерных подходов: территориальной представительности, межотраслевого сотрудничества, акцентирования достопримечательностей, позиционирования видов туризма, кооперации предприятий, географической концентрации управленческих усилий. Участие местных жителей в стратегическом менеджменте туристских дестинаций. Долгосрочные и краткосрочные выгоды и проблемы стейкхолдеров туристских дестинаций. необходимость координирующего органа для согласования интересов участников дестинации и координации компонент различных отраслей. Концепция «просвещенного массового туризма» Д. Вивера. Методы «просвещения» стейкхолдеров.

Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте формирования дестинаций.

Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на федеральном, региональном и муниципальном уровне.

**Тема 2. Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства**

Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион. Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры. Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера. Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров.

Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Туристская дестинация как арена рекреационной деятельности. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Понятие региональный туристский кластер и его характеристика.

Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на региональном уровне. Концепция территориального развития РФ, кластерные политики. Кластерный подход в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» и Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025)».

Механизм действия карт-системы дестинаций. Основные участники карт-системы (туристская индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта). Факторы развития туризма как рынка сбыта услуг дестинаций. Факторы, генерирующие общественные потребности в туризме (развитие общественного производства, интенсификация трудовой деятельности населения, урбанизация, ухудшение экологической обстановки). Факторы реализующие потребности в туризме (увеличение доходов населения, рост фонда свободного времени, развитие общественных фондов потребления, развитие транспорта и сферы услуг).

Классические бизнес модели туристских дестинаций, краткий сравнительный анализ. Стратегия организации и развития бизнеса туристических дестинаций. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Бизнес-

планирование. Принципы построения системы управления туристической дестинацией.

### **Тема 3. Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства**

Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании. Методические подходы к созданию концептуального туристского объекта территории. Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристической дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Краутч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким.

Участники организации процесса реализации проектов формирующихся туристских кластеров (орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации; региональная специализированная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, профильная коммерческая управляющая компания) и их функции. Разработка политик гвернанс и комплаенс для дестинаций по Н. Бумонту и Д. Дреджу. Продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы). Создание проектных команд по поддержке и реализации конкретных инвестиционных проектов «под ключ». Потенциальные инвесторы и их

возможности по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона. Механизм государственно-частного партнерства как необходимое условие финансирования на этапе создания туристского кластера.

#### **Тема 4. Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций**

Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации. Типология туристских дестинаций. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горно-спортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов.

Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией.

Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма. Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма. Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий. Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма.

Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций. Формирование бренда дестинации со сложным культурно-историческим и рекреационно-ресурсным потенциалом. Развитие туризма в малых городах, моногородах и сельских территориях. Мега-событие как катализатор эффективного ускорения развития и продвижения туристской дестинации на международном уровне. Продвижение нижегородского региона на

международном туристском рынке в контексте проведения ЧМ–2018 по футболу. Летняя олимпиада 2012 года и ее влияние на формирование бренда Лондона. Зимняя олимпиада 2014 года и ее влияние на формирование бренда Сочи.

Особенности организации и реализации основных видов устойчивого туризма в дестинации. Процессы появления новых видов туризма как фактор развития и специализации дестинации. Дайверсити туризм по Дж. Чавес. Редевелопмент городских промышленных территорий как частный случай создания и/или дополнения искусственной аттрактивности. Креативные кластеры.

## **Тема 5. Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма**

Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.

Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации. Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации.

Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации. Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации. Прогнозирование спроса на туристские дестинации. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации. Сравнительная характеристика методов прогнозирования: ограничения, преимущества и недостатки. Особенности методологии и подходов форсайта в индустрии туризма и гостеприимства.

Общие подходы к разработке и реализации целевых программ. Международный и российский опыт в разработке национальных (федеральных) и региональных целевых программ развития индустрии туризма и гостеприимства в контексте кластерного подхода. Методика разработки проектов стратегий и концепций развития дестинаций. Перспективы совершенствования формирования нормативно-правового регулирования развития сферы туризма курортных территорий на федеральном и региональном уровнях.

Методы выделения кластеров, анализ возможностей к кластеризации. Подход, основанный на поиске количественных показателей и параметров статистического и экономического анализа. Традиционные методы анализа экономического развития и региональных исследований. Производственные межотраслевые балансы. Технологические межотраслевые балансы. Сетевой анализ.

## 5.2. Учебно – тематический план

Информация представляется в табличной форме.

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития	72	24	8	16	16	48	тест



	дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций							
2.	Тема 2. Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер- план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства	72	24	8	16	16	48	тест
3	Тема 3. Инфраструктурное развитие и конкурентоспособно сть туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно- частного партнерства	72	24	8	16	16	48	тест
4	Тема 4. Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций	72	24	8	16	16	48	тест
5	Тема 5. Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма	72	24	8	16	16	48	тест
6	В целом по дисциплине	360	120	40	80	80	240	Согласно учебному плану:
7	Итого в %	100	33	11	22	22	67	зачет

## 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бизнес-модели сферы туризма, ориентированной на конкурентоспособность территории, их взаимосвязи с бизнес-задачами и стратегиями туристской компании.</li> <li>2. Роль государственного и муниципального управления сферой туризма, менеджмента и предпринимательства в развитии городов и территорий. Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями.</li> <li>3. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий. Туристский потенциал территории во взаимоувязке с бизнес задачами и стратегиями туристских предприятий.</li> <li>4. Концепция поляризации мирового туристского пространства. Пространственные процессы современного рынка туристских услуг.</li> <li>5. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Стратегия развития туристских дестинаций. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Принципы построения системы управления туристской дестинацией.</li> <li>6. Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий.</li> </ol>	Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой разбор мини-кейсов.

	<p>7. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте формирования дестинаций.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, № № 1-10.</p>	
<p>Тема 2. Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>1. Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион.</p> <p>2. Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры. Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера.</p> <p>3. Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров.</p> <p>4. Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Туристская дестинация как арена рекреационной деятельности.</p> <p>5. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Понятие региональный туристский кластер и его характеристика.</p> <p>6. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на региональном уровне. Концепция территориального развития РФ, кластерные политики.</p> <p>7. Кластерный подход в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» и Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025)».</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 3, 4, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 3. Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства</p>	<p>1. Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании.</p> <p>2. Методические подходы к созданию концептуального туристского объекта территории. Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

	<p>3. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства.</p> <p>4. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристической дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Краутч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 5, 8, 9, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 4. Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций</p>	<p>1. Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации.</p> <p>2. Типология туристских дестинаций. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горно-спортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов.</p> <p>3. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией.</p> <p>4. Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма.</p> <p>5. Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма.</p> <p>6. Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий.</p> <p>7. Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 18, 19, 20, 21; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач, групповая дискуссия, тестирование.</p>
<p>Тема 5. Планирование, мониторинг и прогнозирование развития туристской</p>	<p>1. Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор</p>

<p>дестинации. Целевые программы развития туризма</p>	<p>экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.</p> <p>2. Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации.</p> <p>3. Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность.</p> <p>4. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации.</p> <p>5. Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации.</p> <p>6. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации.</p> <p>7. Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации.</p> <p>8. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации.</p> <p>9. Общие подходы к разработке и реализации целевых программ.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 3, 4, 5, 10, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>ситуационных задач, групповая дискуссия, тестирование.</p>
---	--	---

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

## 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

В данном разделе перечисляются формы внеаудиторной самостоятельной работы в соответствии с темами (разделами) дисциплины.

Перечисляется перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися.

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<p>Тема 1. Международный и российский опыт развития туристских дестинаций. Основные принципы и тренды развития дестинаций. Стейкхолдеры развития туристских дестинаций</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование туристской привлекательности как необходимое условие продвижения территории. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом.</li> <li>2. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Структура туристской дестинации.</li> <li>3. Основные принципы менеджмента дестинаций на основе стейкхолдерных подходов: территориальной представительности, межотраслевого сотрудничества, акцентирования достопримечательностей, позиционирования видов туризма, кооперации предприятий, географической концентрации управленческих усилий.</li> <li>4. Участие местных жителей в стратегическом менеджменте туристских дестинаций. Долгосрочные и краткосрочные выгоды и проблемы стейкхолдеров туристских дестинаций.</li> <li>5. Необходимость координирующего органа для согласования интересов участников дестинации и координации компонент различных отраслей.</li> <li>6. Концепция «просвещенного массового туризма» Д. Вивера. Методы «просвещения» стейкхолдеров.</li> <li>7. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с конспектом лекции;</li> <li>- работа с электронной библиотечной системой;</li> <li>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</li> <li>- подготовка к тестированию;</li> <li>- подготовка к решению ситуационных задач;</li> <li>- подготовка к решению кейса.</li> </ul>

	<p>федеральном, региональном и муниципальном уровне.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 2. Формирование и развитие туристских кластеров. Мастер-план развития туристской дестинации. Межфирменное взаимодействие в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>1. Механизм действия карт-системы дестинаций. Основные участники карт-системы (туристская индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта).</p> <p>2. Факторы развития туризма как рынка сбыта услуг дестинаций. Факторы, генерирующие общественные потребности в туризме (развитие общественного производства, интенсификация трудовой деятельности населения, урбанизация, ухудшение экологической обстановки).</p> <p>3. Факторы реализующие потребности в туризме (увеличение доходов населения, рост фонда свободного времени, развитие общественных фондов потребления, развитие транспорта и сферы услуг).</p> <p>4. Классические бизнес модели туристических дестинаций, краткий сравнительный анализ. Стратегия организации и развития бизнеса туристических дестинаций</p> <p>5. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах. Бизнес-планирование. Принципы построения системы управления туристической дестинацией.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 3, 4, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>- работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
<p>Тема 3. Инфраструктурное развитие и конкурентоспособность туристской дестинации. Привлечение инвестиций и механизмы государственно-частного партнерства</p>	<p>1. Участники организации процесса реализации проектов формирующихся туристских кластеров (орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации; региональная специализированная организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, профильная коммерческая управляющая компания) и их функции.</p> <p>2. Разработка политик говернанс и комплаенс для дестинаций по Н. Бумонту и Д. Дреджу.</p> <p>3. Продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы).</p> <p>4. Создание проектных команд по поддержке и реализации конкретных инвестиционных</p>	<p>работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению</p>

	<p>проектов «под ключ».</p> <p>5. Потенциальные инвесторы и их возможности по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона.</p> <p>6. Механизм государственно-частного партнерства как необходимое условие финансирования на этапе создания туристского кластера.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 5, 8, 9, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
<p>Тема 4. Развитие дестинаций в контексте отдельных видов туризма. Лучшие практики развития специализированных по виду туризма дестинаций</p>	<p>1. Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий.</p> <p>2. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций.</p> <p>3. Формирование бренда дестинации со сложным культурно-историческим и рекреационно-ресурсным потенциалом.</p> <p>4. Развитие туризма в малых городах, моногородах и сельских территориях.</p> <p>5. Мега-событие как катализатор эффективного ускорения развития и продвижения туристской дестинации на международном уровне.</p> <p>6. Продвижение нижегородского региона на международном туристском рынке в контексте проведения ЧМ–2018 по футболу.</p> <p>7. Летняя олимпиада 2012 года и ее влияние на формирование бренда Лондона.</p> <p>8. Зимняя олимпиада 2014 года и ее влияние на формирование бренда Сочи.</p> <p>9. Особенности организации и реализации основных видов устойчивого туризма в дестинации.</p> <p>10. Процессы появления новых видов туризма как фактор развития и специализации дестинации. Дайверсити туризм по Дж. Чавес.</p> <p>11. Редевелопмент городских промышленных территорий как частный случай создания и/или дополнения искусственной аттрактивности. Креативные кластеры.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 18, 19, 20, 21; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>- работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
<p>Тема 5. Планирование, мониторинг и прогнозирование</p>	<p>1. Сравнительная характеристика методов прогнозирования: ограничения, преимущества и</p>	<p>- работа с конспектом лекции;</p>



<p>развития туристской дестинации. Целевые программы развития туризма</p>	<p>недостатки.</p> <p>2. Особенности методологии и подходов форсайта в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>3. Международный и российский опыт в разработке национальных (федеральных) и региональных целевых программ развития индустрии туризма и гостеприимства в контексте кластерного подхода.</p> <p>4. Методика разработки проектов стратегий и концепций развития дестинаций.</p> <p>5. Перспективы совершенствования формирования нормативно-правового регулирования развития сферы туризма курортных территорий на федеральном и региональном уровнях.</p> <p>6. Методы выделения кластеров анализ возможностей к кластеризации. Подход, основанный на поиске количественных показателей и параметров статистического и экономического анализа.</p> <p>7. Традиционные методы анализа экономического развития и региональных исследований. Производственные межотраслевые балансы. Технологические межотраслевые балансы. Сетевой анализ.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8, №№ 1, 3, 4, 5, 10, 17, 18, 19, 20, 21, 22; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
---	--	---

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)

### Примерный перечень вопросов для промежуточного тестирования

#### Примеры тестовых заданий

1. Кто являлся родоначальником маркетингового подхода к определению понятия дестинация?

- а) Лейпер
- б) Пирс и Батлер

- в) Котлер
- г) Варго и Лаш

2. Туристская индустрия влияет на развитие тех регионов, которые удалены от крупных промышленных центров и имеют незначительные хозяйственные ресурсы, в большей степени следующим образом:

- а) сдерживает их экономическое, политическое и социальное развитие
- б) способствует их превращению в индустриальные центры
- в) способствует развитию отраслей, ориентированных на производство туристских услуг
- г) способствует развитию образования

3. Что не относится к экономическим функциям туризма с точки зрения аспектов долгосрочного устойчивого развития:

- а) создание новых рабочих мест
- б) снижение инфляции
- в) развитие местной инфраструктуры
- г) увеличение валютных поступлений

4. Доклад по глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Report Travel and Tourism Competitiveness Report.) ежегодно публикуется:

- а) Всемирным экономическим форумом;
- б) Международным валютным фондом;
- в) Всемирным банком;
- г) ЮНВТО.

5. К какому типу организаций, способствующих развитию туризма, следует отнести Visit Britain?

- а) DMO (Destination Marketing Organization)
- б) Конвеншн-бюро
- в) Туристско-информационный офис
- г) Оператор въездного туризма

6. Основным фактором неодинаковой степени развития индустрии туризма в разных регионах государства следует считать:

- а) неодинаковую плотность демографического освоения территории
- б) неодинаковой индустриальный потенциал регионов
- в) неодинаковую ресурсную базу и туристскую разрекламированность регионов
- г) неодинаковое состояние сохранения в регионах территорий, пригодных для рекреационно-туристского освоения

7. Для оценки реализации ФЦП «Стратегией развития въездного и внутреннего туризма РФ 2011-2018гг.»:

- а) используется система целевых показателей, соотносимая с примерными заявленными результатами по каждому году
- б) анализируется вся деятельность Ростуризма и составляется ежегодный отчёт
- в) привлекаются частные независимые иностранные и российские аналитические агентства для составления отчётности с целью последующей корректировки ФЦП
- г) проводится маркетинговое исследование деятельности индустрии гостеприимства РФ

8. Какая пропорция, соотношения государственные-частные средства предусмотрена и характерна для ФЦП «Стратегией развития въездного и внутреннего туризма РФ 2011-2018гг.»:

- а) 25%/75%
- б) 40%/60%
- в) 50%/50%
- г) 70%/30%

9. Какое количество показателей развития туризма на федеральном уровне является объектом мониторинга и сбора статистики для ФЦП «Стратегией развития въездного и внутреннего туризма РФ 2011-2018гг.»:

- а) 3
- б) 5
- в) 9
- г) 13

### **Примеры вопросов открытого типа**

1. Приведите пример страны или региона с описанием факторов, которые позволили за счет туризма резко улучшить экономический рост? Проанализируйте негативные проявления и/или риски региона от специализации на туризме.

2. Какие аргументы можно привести в пользу необходимости или целесообразности развития массового туризма, несмотря на негативные последствия?

3. Поясните, почему индустрия туризма и гостеприимства считается сектором экономики со сравнительно высоким мультипликативным эффектом.

4. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты?

5. Найдите объяснения, почему у Испании в целом больше ежегодная выручка от туристских посещений, чем у Франции. Попытайтесь спрогнозировать ситуацию на 10-20 лет: есть ли у Франции шансы вырваться в лидеры на европейском континенте, или она так и останется в туристском смысле «вечно второй».
6. Есть ли предпосылки к тому, что в развитых странах доля населения, занятая в обслуживании туристов, будет возрастать? Отметьте те факторы, которые, на ваш взгляд, могли бы благоприятствовать и препятствовать этому процессу?
7. Приведите примеры экономически развитых стран, которые стали, возможно, слишком зависимыми от туристской отрасли. Как они могли бы снизить риски такой зависимости?
8. Какие инструменты финансирования или рефинансирования позволили бы сгладить остроту проблем с реализацией и окупаемостью амбициозных гостиничных проектов в текущих условиях угнетенной общеэкономической конъюнктуры?
9. Поясните основные причины, которые сдерживают развитие караванинга и автотуризма в целом в России. Какой ценовой сегмент специализированных автомобилей и прицепов для караванинга мог бы быть востребованным в России? Опыт каких стран в развитии автотуризма было бы особенно полезным учитывать в России? Аренда или покупка автодома: каковы рациональные и иррациональные аргументы за каждый из обоих вариантов?
10. Почему в постиндустриальную эпоху товары, произведенные кустарным способом (craft и hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Приведите примеры туристского крафта в России и за рубежом. Насколько успешны данные проекты? Какие иные направления туристского крафта могут быть перспективны для регионов России? Каковы актуальные и потенциальные взаимосвязи между туристским крафтом и маркетингом территорий.
11. Детализируйте аргументы Д. Вивера в рамках диалектической концепции «массовый туризм – альтернативный туризм – просвещенный массовый туризм».

Насколько данный теоретический конструкт подтверждается практикой развития международного туризма последних лет?

12. Перечислите основные количественные и качественные цели развития туристских территорий.

13. Какие существуют подходы к определению понятия «дестинация»? Опишите модель Лейпера, какие существуют недостатки у территориального подхода?

14. Кто такие стейкхолдеры (акторы) маркетинга туристских территорий? Входит ли турист в их число и почему?

15. Перечислите схемы государственной поддержки инновационных процессов. Какова система государственного и общественного стимулирования инновационного развития в Российской Федерации?

16. Каковы перспективы проектного финансирования предприятий индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом? В чем специфика инвестиционных проектов, финансируемых по проектному финансированию?

17. Какие инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве наиболее востребованы в настоящее время?

18. Почему в постиндустриальную эпоху товары, произведенные кустарным способом (craft и hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Приведите примеры туристского крафта в России и за рубежом. Насколько успешны данные проекты? Какие иные направления туристского крафта могут быть перспективны для регионов России? Каковы актуальные и потенциальные взаимосвязи между туристским крафтом и маркетингом территорий?

19. Каковы принципы и подходы к оценке эффективности и рисков туристской деятельности для территории?

20. Каковы основные положения кластерной теории М. Портера и возможности ее применения в туризме?

21. Проанализируйте соотношение понятий кластер, туристский кластер, дестинация, туристский регион. Приведите примеры.

22. Сформулируйте основные принципы организации кластеров в туризме. Обоснуйте преимущества организации кластеров в туризме.

23. Опишите, каковы современные тенденции и механизмы развития туристских кластеров в Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)».

### **Примеры кейсов**

- Управление туристской дестинацией на примере городов, входящих в маршрут «Золотое кольцо» (Ярославская и Владимирская области);
- Управление туристской дестинацией на примере работы тематического парка «Этномир» (Калужская область);
- Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера «Ясная поляна» (Тульская область);
- Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера г.Боровск (Калужская область);
- Управление туристской дестинацией, на примере туристского кластера г.Касимов (Рязанская область);
- Пеший и велосипедный маршрут от Москвы до Сергиева Посада «Дорога в Лавру», известный также как «Дорога русских царей».

### **Примеры вопросов кейса**

Пеший и велосипедный маршрут от Москвы до Сергиева Посада «Дорога в Лавру», известный также как «Дорога русских царей»:

1. Есть ли отличие в понимании пеших и пешеходных маршрутах?
2. Каковы перспективы пеших и велосипедных маршрутов в России?
3. Опыт каких стран мог бы быть особенно ценным для развития троп и велодорожек в России?

4. Что на ваш взгляд является самым главным в благоустройстве и обустройстве пеших маршрутов?
5. Какие выгоды и проблемы может создать пешая тропа для местных жителей?
6. Какие элементы должны включать зоны отдыха пеших и велосипедных троп?
7. В чем может состоять мотивация поддерживать и развивать прилегающие пешие тропы со стороны железных дорог?

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы**

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения».

### **Критерии оценивания компетенций**

<b>Компетенция ДКН-3</b>		
<b>Показатели оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Шкала оценивания</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> подходы к проектированию развития туризма на перспективных территориях на основе оценки туристского потенциала с учетом существующей и будущей инфраструктуры и интересов всех стейкхолдеров; системы сбалансированных показателей и подходы к их применению для организаций индустрии туризма и гостеприимства в контексте выстраивания стратегии компаний в перспективных дестинациях;</li> </ul>	<p><b>Знать:</b> подходы к проектированию развития туризма на перспективных территориях на основе оценки туристского потенциала с учетом существующей и будущей инфраструктуры и интересов всех стейкхолдеров; системы сбалансированных показателей и подходы к их применению для организаций индустрии туризма и гостеприимства в контексте выстраивания стратегии компаний в перспективных дестинациях;</p>	<p>Пороговый уровень</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>уметь:</b> выявлять факторы, которые в контексте конкретной туристской территории оказывают влияние на выбор альтернатив в стратегии туристского освоения</li> </ul>	<p><b>Знать и уметь:</b> концепции жизненного цикла компании и жизненного цикла дестинации, системы сбалансированных показателей для компаний и для дестинаций; выявлять факторы, которые в контексте конкретной туристской территории оказывают влияние на выбор альтернатив в стратегии туристского освоения территории с учетом интересов бизнес сообщества;</p>	<p>Продвинутый уровень</p>



<p>территории с учетом интересов бизнес сообщества; выявлять сильные и слабые стороны предприятий и проектов предприятий и проектов в обеспечении эффективного развития на основе системы сбалансированных показателей, предлагать мероприятия по оптимальному использованию возможностей и уменьшению потенциала угроз в контексте расширения присутствия бизнеса в развивающейся дестинации.</p> <p><b>владеть:</b> навыками соотношения жизненного цикла компании и системы сбалансированных показателей ее развития с текущим состоянием дестинации и планами и прогнозами ее дальнейшего развития; навыками выстраивания проактивных и инновационных стратегий в быстрорастущих сегментах дестинации.</p>	<p><b>Уметь и владеть:</b> выявлять сильные и слабые стороны предприятий и проектов предприятий и проектов в обеспечении эффективного развития на основе системы сбалансированных показателей, предлагать мероприятия по оптимальному использованию возможностей и уменьшению потенциала угроз в контексте расширения присутствия бизнеса в развивающейся дестинации. Владеть навыками соотношения жизненного цикла компании и системы сбалансированных показателей ее развития с текущим состоянием дестинации и планами и прогнозами ее дальнейшего развития; навыками выстраивания проактивных и инновационных стратегий в быстрорастущих сегментах дестинации.</p>	<p>Высокий уровень</p>
--	--	------------------------

<b>Компетенция ПКН-2</b>		
Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> особенности построения и структуру экономической стратегии предприятий, включая элементы, способствующие достижению устойчивого развития. Знать методики оценки эффективности управленческих решений в широком социальном и экологическом контекстах и с учетом интересов всех стейкхолдеров в индустрии туризма и гостеприимства; подходы и методики к туристскому планированию и проектированию на основе принципов и критериев устойчивого развития, лучшие международные и российские практики и инструменты инклюзивного планирования проектов в индустрии туризма и гостеприимства, подходы и методологические особенности и техники foresight; подходы и методики по управлению процессами проектирования и контроля результатов деятельности субъектов хозяйствования в индустрии туризма и гостеприимства, по обеспечению о долгосрочной эффективности бизнес-моделей организаций и проектов;</li> </ul>	<p><b>Знать:</b> особенности построения и структуру экономической стратегии предприятий, включая элементы, способствующие достижению устойчивого развития. Знать методики оценки эффективности управленческих решений в широком социальном и экологическом контекстах и с учетом интересов всех стейкхолдеров в индустрии туризма и гостеприимства; подходы и методики к туристскому планированию и проектированию на основе принципов и критериев устойчивого развития, лучшие международные и российские практики и инструменты инклюзивного планирования проектов в индустрии туризма и гостеприимства, подходы и методологические особенности и техники foresight;</p>	Пороговый уровень
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>уметь:</b> составлять сбалансированные аналитические отчеты для предстоящих и реализованных управленческих решений и программ в индустрии туризма и гостеприимства; формировать предложения при разработке стратегий предприятия для достижения целей устойчивого</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Знать и уметь:</b> подходы и методики по управлению процессами проектирования и контроля результатов деятельности субъектов хозяйствования в индустрии туризма и гостеприимства, по обеспечению о долгосрочной эффективности бизнес-моделей организаций и проектов; составлять сбалансированные аналитические отчеты для предстоящих и реализованных управленческих решений и программ в индустрии туризма и гостеприимства;</li> </ul>	Продвинутый уровень

<p>развития, разрабатывать прогнозы и предложения по отраслевому, региональному, межфирменному и внутрифирменному проектированию в туризме на основе всестороннего учета показателей, выбирать подходящие инструменты обеспечения устойчивости развития при планировании проектов;</p> <p><b>владеть:</b> навыками проведения комплексного анализа аспектов, факторов и детерминант устойчивого и эффективного долгосрочного развития для бизнес-моделей предприятий и проектов туристской индустрии с учетом специфических ограничений и потенциала конкретной территории.</p>	<p><b>Уметь и владеть:</b> формировать предложения при разработке стратегий предприятия для достижения целей устойчивого развития, разрабатывать прогнозы и предложения по отраслевому, региональному, межфирменному и внутрифирменному проектированию в туризме на основе всестороннего учета показателей, выбирать подходящие инструменты обеспечения устойчивости развития при планировании проектов. Владеть навыками проведения комплексного анализа аспектов, факторов и детерминант устойчивого и эффективного долгосрочного развития для бизнес-моделей предприятий и проектов туристской индустрии с учетом специфических ограничений и потенциала конкретной территории.</p>	<p>Высокий уровень</p>
---	--	------------------------

<b>Компетенция УК-1</b>		
Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<p>• <b>знать:</b> методы анализа информации для выявления проблем организационно-управленческого и финансового характера в формировании и развитии туристских дестинаций; особенности формирования и развития региональных туристских кластеров в Российской Федерации; принципы формирования, управления,</p>	<p><b>Знать:</b> методы анализа информации для выявления проблем организационно-управленческого и финансового характера в формировании и развитии туристских дестинаций; особенности формирования и развития региональных туристских кластеров в Российской Федерации;</p>	<p>Пороговый уровень</p>

<p>оценки эффективности туристских дестинаций, в том числе кластеров;</p> <p><b>уметь:</b> оперативно реагировать на тенденции и изменение рынка в контексте формирования и развития туристских дестинаций; критически анализировать кластерные модели, основанные на сравнительных конкурентных преимуществах в масштабах глобальных, региональных и локальных рынков.</p> <p><b>владеть:</b> навыками разработки оригинальных программ и подпрограмм в области формирования стратегий и моделей развития дестинаций, в том числе туристских кластеров, на основе системного подхода.</p>	<p>• <b>Знать и уметь:</b> принципы формирования, управления, оценки эффективности туристских дестинаций, в том числе кластеров; оперативно реагировать на тенденции и изменение рынка в контексте формирования и развития туристских дестинаций;</p>	Продвинутый уровень
	<p><b>Уметь и владеть:</b> критически анализировать кластерные модели, основанные на сравнительных конкурентных преимуществах в масштабах глобальных, региональных и локальных рынков. Владеть навыками разработки оригинальных программ и подпрограмм в области формирования стратегий и моделей развития дестинаций, в том числе туристских кластеров, на основе системного подхода.</p>	Высокий уровень

## 7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Критерии оценивания компетенций	Типовые контрольные задания
<b>Компетенция ДКН -3</b>	
<b>Знания:</b>	Теоретический концепт жизненного цикла туристских дестинаций и его роль в формировании эффективного дестинационного менеджмента. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера.
<b>Умения:</b>	Представьте результаты SWOT-анализа видов туризма в Московской области, представить таблицу основных индикаторов развития туризма (как вариант только туристских прибытий) и определить коэффициент интенсивности по видам туризма.

	<p>В дальнейшем состоится обсуждение группой следующих вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Какие меры возможно применить для более эффективного продвижения Московской области?</li> <li>- Что для Вас Московская область? Опишите Ваше представление об имидже городов области?</li> </ul> <p>Деловая игра.</p> <p>Участники занятия примут участие в деловой игре. Игра проводится по парам. Один из участников (представитель Московской области) должен убедить другого игрока (потенциальный турист) выбрать Московскую область (один из объектов области) в качестве следующей дестинации для путешествия.</p>
<b>Владения:</b>	<p>На примере компании из любой отрасли индустрии туризма и гостеприимства строить матрицу распределения полномочий и ответственности внутри организационной структуры с целью оптимизации и гармонизации целей его развития с учетом целей и задач устойчивого развития выбранной туристской дестинации. Результаты подготовьте в виде презентации объемом в 15-20 слайдов.</p>

<b>Критерии оценивания компетенций</b>	<b>Типовые контрольные задания</b>
<b>Компетенция ПКН -2</b>	
<b>Знания:</b>	<p>Вариант 1. Найдите объяснения, почему у Испании в целом больше ежегодная выручка от туристских посещений, чем у Франции. Попытайтесь спрогнозировать ситуацию на 10-20 лет: есть ли у Франции шансы вырваться в лидеры на европейском континенте, или она так и останется в туристском смысле «вечно второй».</p> <p>Вариант 2. На сайте Федерального агентства по туризму просмотрите и проанализируйте коллекцию презентаций инвестиционных проектов субъектов Российской Федерации, реализуемых в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011 – 2018 годы). Какие из представленных проектов, на ваш взгляд, являются наиболее интересными и востребованными? Найдите проект, по которому вы можете привести аналогичные или близкие зарубежные проекты, опыт которых был бы полезен для российского проекта.</p>
<b>Умения:</b>	<p>Индивидуальный или групповой (по выбору) проект «Исследование состояния состояния и тенденций развития подходов к обеспечению устойчивого развития индустрии туризма и гостеприимства»</p> <p>На примере любой международной или российской дестинации туризма.</p>

Группа 2-3 обучающихся.  
 Письменный отчет (аналитическая записка).  
 Устная защита.

Индикативные, рекомендуемые разделы проекта, рассмотрение которых необходимо проводить с акцентом на аспекты устойчивости туристского развития:

1 Роль и значение туризма в экономике рассматриваемой территории

2 Туристский потенциал и специфические ограничения для развития туризма рассматриваемой территории

3 Структура отраслей туризма, анализ ее сбалансированности и адекватности, взаимосвязь туризма с другими (смежными) видами туризма

4 Текущие и перспективные, приоритетные виды туризма

5 Какие инвестиционные проекты в индустрии туризма региона осуществлялись недавно/осуществляются или планируются. Механизмы государственно-частного партнерства (муниципально-частного партнерства), которые используются/применяются в регионе.

6 Обеспеченность изучаемого вида туризма общими и специализированными средствами коллективного размещения, насколько удачно взаимодействие.

7 Выводы и Ваши рекомендации, предложения, мнения и оценки относительно стратегических направлений развития туризма в регионе

8 Описать систему гос. регулирования туризма в регионе: деятельность органов, ответственных за развитие туризма, а также охарактеризовать основные направления и приоритеты их деятельности. Проанализировать межведомственную схему регулирования.

9 Проанализировать региональные стратегии, целевые программы и/или концепции развития туризма, особенно в части приоритетов и целевых индикаторов/показателей. У некоторых регионов может и не быть стратегии и программы отдельно для индустрии туризма и гостеприимства, тогда аспекты развития туризма могут быть частью (разделом) общей концепции социально-экономического развития региона. Учтены ли принципы устойчивого развития?

10 Описание существующих подходов к мониторингу развития индустрии туризма и гостеприимства в рассматриваемой дестинации

11 Прогнозы развития индустрии туризма и гостеприимства: оценки, документы, мнения различных стейкхолдеров.

12 Ваши рекомендации, предложения, мнения и оценки относительно стратегических направлений развития индустрии туризма и гостеприимства в регионе.

Примерный объем: для индивидуальных проектов 5-7 страниц, для групповых проектов 8-15 страниц 1,5 интервал, 12 кегль, интервал полуторный. В конце проекта нужно привести список всех использованных источников и указать их по ходу текста (концевые ссылки). К защите проекта нужно подготовить 15-20 слайдов, иллюстрирующие основные положения и выводы проекта. В случае

	группового проекта необходимо указать, кто подготовил какие разделы проекта для возможности дифференцированной оценки.
<b>Владения:</b>	Предложите усовершенствование бизнес-модели компании любой подотрасли индустрии туризма и гостеприимства любой с учетом повышающейся склонности потребителей к восприятию ценностей ответственного/устойчивого туризма и экологической ориентированности. Проанализируйте возросшую ценность, предоставляемую компанией потребителям. Приведите анализ тех факторов, которые в рамках широко социально-культурного и экологического контекста выбранной бизнес-модели могут повлиять на то, предпочтет ли в итоге потребитель более дорогой «устойчивый» туристский продукт или более дешевый и менее «устойчивый» продукт.

<b>Критерии оценивания компетенций</b>	<b>Типовые контрольные задания</b>
<b>Компетенция УК -1</b>	
<b>Знания:</b>	Как развитие социального туризма способствовать устойчивому развитию регионов России? Приведите примеры проектов социального предпринимательства в области социального туризма в России. На 3–4 примерах международной практики в данной области поясните, в чем состоит привлекательность проектов социального предпринимательства в туризме, как какое содействие могут оказывать различные группы стейкхолдеров. Объем 3–5 страниц, 1,5 интервал, 12 кегль.
<b>Умения:</b>	На примере России, нескольких экономически развитых стран и нескольких крупных экономически развивающихся государств сопоставьте среднегодовые темпы экономического роста со среднегодовыми темпами роста индустрии туризма и гостеприимства за последние двадцать лет. Какие выводы можно сделать по результатам сопоставления? Подтверждают ли они общетеоретические и общемировые закономерности?
<b>Владения:</b>	Предложите усовершенствование бизнес-модели компании любой подотрасли индустрии туризма и гостеприимства любой с учетом внедрения традиционных и инновационных факторов, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма в контексте выбранной дестинации и интересов всех стейкхолдеров.

### **7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов**

Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

#### **Вопросы для подготовки к экзамену:**

1. Понятие туристской дестинации. Дестинация в системе туризма. Туристские территории: основные понятия. Элементы туристской дестинации.
2. Свойства и виды туристской дестинации. Жизненный цикл туристской дестинации.
3. Понятие туристского потенциала дестинаций. Элементы туристского потенциала дестинаций. Туристский потенциал территории во взаимосвязке с бизнес задачами и стратегиями туристских предприятий.
4. Методы и технологии управления туристскими комплексами и территориями. Международные и российские подходы и практики комплексных программ развития туристских комплексов и территорий.
5. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации.
6. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом.
7. Стейкхолдерные подходы к туристскому развитию территорий. Основные принципы менеджмента дестинаций на основе стейкхолдерных подходов. Участие местных жителей в стратегическом менеджменте туристских дестинаций.
8. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в контексте формирования дестинаций.
9. Долгосрочные и краткосрочные выгоды и проблемы стейкхолдеров туристских дестинаций. необходимость координирующего органа для согласования



интересов участников дестинации и координации компонент различных отраслей.

10. Концепция «просвещенного массового туризма» Д. Вивера. Методы «просвещения» стейкхолдеров.
11. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на федеральном, региональном и муниципальном уровне.
12. Формирование туристских кластеров в туристских дестинациях. Понятия кластерной теории. Соотношение понятий кластер, дестинация, туристский регион.
13. Эволюция взглядов на создание и управление кластерами. Общая структура кластера. Виды взаимодействия в кластере. Общие модели формирования кластеров. Микро-, мезо-, макрокластеры.
14. Цели и задачи создания туристских кластеров. Элементы, образующие туристский кластер. Типология кластеров. Развитие связей и взаимодействия внутри кластера.
15. Привлечение средств федерального бюджета и государственных институтов развития федерального уровня для реализации мероприятий по формированию туристских кластеров.
16. Концепция территориального развития РФ, кластерные политики. Кластерный подход в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» и Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025)».
17. Механизм действия карт-системы дестинаций. Основные участники карт-системы (туристская индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта).
18. Классические бизнес модели туристических дестинаций, краткий сравнительный анализ. Стратегия организации и развития бизнеса туристических дестинаций. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах.
19. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании.
20. Конкурентные преимущества дестинации. Цепочка ценности туристической дестинации. Роль туристских кластеров в повышении конкурентоспособности

туристской отрасли и интенсификации механизмов государственно-частного партнерства.

21. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч). Успешная туристическая дестинация, 10А успешной туристической дестинации (А. Моррисон). Жизненный цикл туристической дестинации. Конкурентоспособность туристической дестинации. Модели конкурентоспособности туристской дестинации: Ромб М. Портера, Модель А. Пун, Модель WES, факторы конкурентоспособности дестинаций по Дж. Краутч и Дж. Ритчи, Л. Двайер и К. Ким.
22. Разработка политик говернанс и комплаенс для дестинаций по Н. Бумонту и Д. Дреджу.
23. Продвижение инвестиционных возможностей и проектов региона в России и за рубежом (в том числе через конференции, выставки, форумы).
24. Потенциальные инвесторы и их возможности по финансированию и поддержке инвестиций на территории региона. Механизм государственно-частного партнерства как необходимое условие финансирования на этапе создания туристского кластера.
25. Видовое разнообразие туризма как фактор формирования конкурентных преимуществ компаний, межфирменных сетей и дестинаций.
26. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации. Типология туристских дестинаций.
27. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные аттракционные пункты. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской дестинацией.
28. Специфика культурного туризма в России и за рубежом. Развитие дестинаций и кластеров культурно-познавательного туризма.
29. Международный и российский опыт формирования и развития дестинаций делового туризма.
30. Экологический, природный, сельский и агротуризм в дестинациях и их роль в развитии сельских территорий.
31. Международный и российские подходы к проектированию дестинаций круизного туризма.

32. Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий.
33. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций.
34. Мега-событие как катализатор эффективного ускорения развития и продвижения туристской дестинации на международном уровне.
35. Особенности организации и реализации основных видов устойчивого туризма в дестинации.
36. Процессы появления новых видов туризма как фактор развития и специализации дестинации.
37. Редевелопмент городских промышленных территорий как частный случай создания и/или дополнения искусственной аттрактивности. Креативные кластеры.
38. Основные подходы к разработке региональных и муниципальных проектов и программ развития дестинаций. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.
39. Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг в дестинации.
40. Комплексное исследование потребителей услуг в дестинации. Статистика туристских потоков, ее особенности и практичность.
41. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства в дестинации.
42. Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства в рамках дестинации. Определение показателей и индикаторов развития туристской дестинации.
43. Выявление новых направлений развития технологий и подходов к организации туристских продуктов и услуг в дестинации.
44. Прогнозирование спроса на туристские дестинации. Основные показатели спроса на туризм. Прогнозирование туристических потоков в дестинации.
45. Сравнительная характеристика методов прогнозирования: ограничения, преимущества и недостатки.
46. Особенности методологии и подходов форсайта в индустрии туризма и гостеприимства.

47. Общие подходы к разработке и реализации целевых программ. Международный и российский опыт в разработке национальных (федеральных) и региональных целевых программ развития индустрии туризма и гостеприимства в контексте кластерного подхода.
48. Методика разработки проектов стратегий и концепций развития дестинаций. Перспективы совершенствования формирования нормативно-правового регулирования развития сферы туризма курортных территорий на федеральном и региональном уровнях.
49. Методы выделения кластеров анализ возможностей к кластеризации. Подход, основанный на поиске количественных показателей и параметров статистического и экономического анализа.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Нормативные акты**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. 03.05.2012г. № 47 – ФЗ)
2. Федеральный закон от 05 февраля 2007 года № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями от 8 марта 2015 года N 50-ФЗ (Официальный интернет-портал правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru), 09.03.2015, N 0001201503090031).
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ).
5. Федеральный закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.98 №70-ФЗ.

6. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 года № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
7. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в ред. Постановления Правительства РФ от 23.03.2013 N 254)
8. ГОСТ Р50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования».
9. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»
10. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. от 07.02.2018) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_118424/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/)

### **Основная литература**

1. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/B043DFBD-A143-49A1-ACCE-A03C7A8B6D14/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente>
2. Маркетинг туризма [Электронный ресурс]: Учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. "Туризм", "Гостиничное дело" / И.В. Гончарова [и др.]. — Электронные текстовые данные (1 файл: 1 Мб). — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014 — 224 с. — Режим доступа: [http://elib.fa.ru/ebook/marketing\\_tourism.pdf/info](http://elib.fa.ru/ebook/marketing_tourism.pdf/info)
3. Tourism in Russia: a management handbook. Ed. F. Dimanche and L. Andrades. Emerald. 2015. — 426 p.

### **Дополнительная литература:**

4. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - Москва: Кнорус, 2013. - 460 с. - Бакалавриат. - То же [Электронный ресурс]. - 2016. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918842>
5. Левченко Т.П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс]: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=424145>
6. Мясоедов С.П. Кросс – культурный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова. – 3-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 314 с. – Режим доступа: <https://biblionline.ru/viewer/47F864E0-DB21-473B-A41E-FA12EAA5F7D3#page/2>
7. Илькевич С.В. Индустрия туризма и гостеприимства в России и за рубежом. Часть 1(практикум). Электронное издание. Москва, 2017. 1 CD-ROM (Загл. с экрана) / Регистрационное свидетельство обязательного федерального экземпляра электронного издания: номер свидетельства 50323, номер регистрации 0321702530 от 14 июня 2017 г., выдан Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций ФГУП НТЦ «Информрегистр». 6,1 Мб.
8. Илькевич С.В. Сравнительный анализ особенностей развития индустрии туризма в экономически развитых и развивающихся странах // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 9 (70). – С. 15-27. <https://elibrary.ru/item.asp?id=27725048>
9. Илькевич С.В. Менеджерские проблематики и эффекты устойчивого туризма в разрезе стратегического управления [Электронный ресурс] // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2018. - №3. – С.132-139. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>

10. Илькевич С.В. Экономические аспекты устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации [Электронный ресурс] /С.В. Илькевич, Е.С. Сахарчук // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2014. – Т.8. - №2. – С.4-11. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>
11. Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / С.С. Скобкин. - Москва: Магистр, 2012. - 432 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2017. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/858241>
12. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869>
13. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник / Л.Е. Басовский - Москва: Инфра-М, 2013. - 256 с. - Магистратура. - То же [Электронный ресурс]. - 2014. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/424025>
14. Halkier H., Kozak M. & Svensson B. (2014) Innovation and Tourism Destination Development // European Planning Studies, 22:8, 1547-1550, DOI: [10.1080/09654313.2013.784571](https://doi.org/10.1080/09654313.2013.784571)
15. Su L., Huang S., Huang J. (2016) Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life // Journal of Hospitality Research. Vol. 42. Issue 7. Pp. 1039-1057.
16. Mottiar Z., K. Boluk, Kline C. (2018) The roles of social entrepreneurs in rural destination development // Annals of Tourism Research. Vol. 68. Pp. 77-88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.001>
17. Pechlaner H., Kozak M., Volgger M. (2014) Destination leadership: a new paradigm for tourist destinations?" // Tourism Review. Vol. 69. Issue 1. Pp.1-9, <https://doi.org/10.1108/TR-09-2013-0053>

18. Mason P. (2016) *Tourism Impacts, Planning and Management*. Third Edition. Routledge. – 249 p.
19. Innerhofer E., Fontanari M., Pechlaner H. (2018) *Destination Resilience: Challenges and Opportunities for Destination Management and Governance*. Routledge. — 208 p.
20. Goeldner, C.; Ritchie, J.R. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (Twelfth Edition). Wiley.
21. Hall, C. M. (2008) *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, 2nd ed. (Harlow: Pearson Prentice Hall). [[Google Scholar](#)]
22. Weaver, D.; Lawton, L. (2014). *Tourism Management* (Fifth Edition). Wiley.

### **Периодические издания**

Журналы: «Гостиничное хозяйство», «Туризм: право и экономика», «Отдых в России», «Мировая экономика и международные отношения», «Международная экономика», «Валютное регулирование и валютный контроль», «Финанс», «Эксперт», «Деньги», «Компания», «Туристский бизнес», «Туристская деловая газета», деловой журнал туристского рынка России «Туринфо».

### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»  
<https://www.biblio-online.ru/>
6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>



7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

### Интернет-ресурсы

Адрес	Название ресурсов
<a href="http://russiatourism.ru">http://russiatourism.ru</a>	<p>Официальный сайт министерства по туризму Российской Федерации актуальная информация для туроператоров и турагентов, информация о развитии устойчивого и экотуризма в России.</p> <p>Информация об инвестиционных проектах в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».</p>
<a href="http://tourlib.net">http://tourlib.net</a>	Туристская интернет библиотека, информация об экологическом туризме.
<a href="http://oopt.info/index.php?page=1">http://oopt.info/index.php?page=1</a>	Информационносправочная система по особо охраняемым природным территориям России.
<a href="http://prohotel.ru/">http://prohotel.ru/</a>	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России с рассмотрением проблем экономической, социальной и экологической устойчивости.
<a href="http://hotelier.pro">http://hotelier.pro</a>	Портал о тенденциях развития индустрии гостеприимства в России

<a href="https://icrt-russia.ru">https://icrt-russia.ru</a>	Сайт о деятельности и ассоциированных проектах Международного центра ответственного туризма (Российская Федерация и СНГ).
<a href="https://sustainability-leaders.com/">https://sustainability-leaders.com/</a>	Проект лидерства в устойчивом туризме, детальные интервью с профессионалами и менеджерами в области устойчивого туризма. Управленческие тренды, стратегии, истории успеха.
<a href="https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current">https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current</a>	Сайт научного журнала Journal of Sustainable Tourism, Taylor and Francis Group.
<a href="https://www.journals.elsevier.com/tourism-management">https://www.journals.elsevier.com/tourism-management</a>	Сайт научного журнала Tourism Management, ELSEVIER Publishing.
<a href="http://www.balancedscorecard.org/Balanced Scorecard Institute">http://www.balancedscorecard.org/Balanced Scorecard Institute</a> <a href="http://www.balancedscorecard.ru">http://www.balancedscorecard.ru</a>	Сбалансированная система показателей.
<a href="http://www.mag-consulting.ru">http://www.mag-consulting.ru</a>	Технологии сбалансированного управления.
<a href="http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197">http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197</a>	Глобальный этический кодекс туризма
<a href="http://www.atlas-euro.org">http://www.atlas-euro.org</a>	The Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).
<a href="http://businesstravelrussia.ru">http://businesstravelrussia.ru</a>	Ассоциация бизнес-туризма.
<a href="http://www.economy.gov.ru">www.economy.gov.ru</a>	Официальный сайт Министерства экономического развития РФ.
<a href="http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/">http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/</a>	Раздел «Реализация кластерной политики» официального сайта Министерства экономического развития РФ.
<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат).
<a href="http://www.unwto.org">http://www.unwto.org</a>	Официальный сайт Всемирной туристической организации.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного освоения учебного материала студенту необходимо тщательно проработать темы, предусмотренные учебным планом. Ознакомление с рекомендованной литературой осуществляется в соответствии с общим планом прохождения учебной дисциплины. Подготовка устных выступлений на семинарских занятиях, рефератов, эссе осуществляется с учетом пожеланий студентов более углубленно познакомиться с той или иной проблематикой. Список рекомендуемых тем для подготовки докладов включен в рабочую программу учебной дисциплины.

Студент самостоятельно выбирает темы докладов. На протяжении семестра рекомендуется подготовить не менее трех устных выступлений на семинарских занятиях из разных разделов учебной дисциплины.

Работа над подготовкой докладов предполагает ознакомление с литературой, подбор необходимого материала, написание текста. При выполнении самостоятельных работ по дисциплине следует в соответствии с учебной программой определить необходимые источники литературы по выбранной теме, внимательно ознакомиться с подобранной литературой, определить логику изложения материала. Если студент желает более глубоко проработать материал, можно обратиться к дополнительной литературе, первоисточникам, указанным в рабочей программе дисциплины. Необходимо использовать библиотечные фонды и ресурсы Интернет. В докладе должна быть раскрыта тема, сформулирована аргументированная позиция по теме доклада. Необходимо тщательно проработать все проблемные вопросы выбранной темы, самостоятельно найти значение непонятных слов и терминов, определить логику изложения материала. Основная задача при подготовке самостоятельной работы состоит в том, чтобы выработать собственную позицию, своё понимание проблемы.

Изложение проработанного материала должно соответствовать общей логике раскрытия заданной темы. Самостоятельная работа достигает цели, если студент

после её выполнения свободно оперирует материалом, может изложить суть проблемы и ответить на вопросы.

Каждый обучающийся в течение всего периода обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к информационно-правовому portalу «Гарант», системе «Консультант Плюс» и другим нормативно-правовым базам данных. Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы. Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечено соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования общекультурных и профессиональных компетенций у студентов.

В процессе преподавания дисциплины используются:

- технологии активного обучения (деловые игры, тренинги, дискуссии);
- технология проблемного обучения (проблемное изложение материала, эвристическая беседа, частично-поисковые и исследовательские методики);
- метод инициации мышления – метод контрольных (эвристических) вопросов;
- технологии коллективного взаимодействия (сотрудничество, диалог и др.)

Инновационные методы могут реализовываться как в традиционной, так и в других технологиях обучения. При этом использование модульно-кредитных и

модульно-рейтинговых систем обучения и контроля знаний, как правило, способствуют развитию самостоятельности и ответственности обучаемых.

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).**

- Программное обеспечение: пакет офисных программ Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint).
- Информационные справочные системы: информационно-правовые программы «КонсультантПлюс», «Гарант».
- Аналитическая система Bloomberg Professional.
- SPSS Statistics («Statistical Package for the Social Sciences» — «статистический пакет для социальных наук»).
- базы данных Росстата: ЦБСД, ЕМИСС, ССРД МВФ.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

- Учебно-лабораторное оборудование:
  - Персональный компьютер.
  - Проектор.
- Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале Финансового университета и доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).