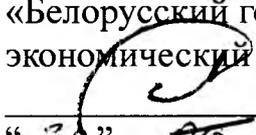


Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
\_\_\_\_\_ А. В. Егоров  
« 30 » 06 2025 г.

Регистрационный № УД 6614-25/уч.

## **ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальности  
6-05-0311-02 «Экономика и управление»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0311-02-2023; учебных планов по специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление» (профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом», «Экономика и управление гостиничным бизнесом»).

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

К.Н. Сонич, доцент кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук.

П.А. Литвинов, ассистент кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

И.В. Уриш, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Л.О. Сушкевич, заведующий кафедрой экономической и социальной географии Белорусского государственного университета, кандидат географических наук.

### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 08.05.2025);

Методической комиссией по специальностям «Экономика и управление туристической индустрией», «Экономика и управление» с профилизациями «Экономика и управление туристическим бизнесом», «Экономика и управление гостиничным бизнесом», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизациями «Экономика и управление туристическими комплексами и территориями», «Экономика и управление на рынке недвижимости» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 26.05.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.2025);

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Геоэкономика туризма» направлена на формирование у студентов понимания геоэкономических процессов, влияющих на развитие туристической индустрии, приобретение практических навыков анализа дестинаций.

Учебная дисциплина «Геоэкономика туризма» относится к числу специальных, формирующих у будущих специалистов комплексное представление о национальной дестинации как открытой и управляемой экономической системе. Применение будущими специалистами в своей профессиональной деятельности новых подходов и методов оценки конкурентоспособности национальной дестинации, позволит разрабатывать инновационные решения для повышения привлекательности и устойчивости туристического продукта Республики Беларусь на международной арене.

Учебная программа по учебной дисциплине «Геоэкономика туризма» составлена с учетом современных тенденций развития туристической индустрии в Республике Беларусь и за рубежом.

**Целью** преподавания учебной дисциплины «Геоэкономика туризма» является формирование знаний, умений и навыков, необходимых будущему специалисту для управления туристско-рекреационным комплексом национальной дестинации на разных иерархических уровнях (международном, республиканском, областном, районном).

Предметом учебной дисциплины «Геоэкономика туризма» является национальная дестинация как открытая и управляемая экономическая система.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- раскрыть теоретические основы геоэкономики туризма, включая теорию геоэкономики, учение о дестинациях, концепцию поляризации туристического пространства;
- сформировать представление о национальной туристической дестинации как открытой и управляемой экономической системе;
- обучить методам анализа и оценки туристических потоков и доходов туристических дестинаций;
- обучить подходам и методам оценки конкурентоспособности национальной дестинации;
- раскрыть геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации;
- обучить подходам и методам продвижения туристических дестинаций.

В результате изучения учебной дисциплины «Геоэкономика туризма» формируется следующие **компетенции**:

**специализированные:**

- осуществлять комплексный анализ функционирования национального и международного туризма и обосновывать планы развития туристических дестинаций, разрабатывать мероприятия по управлению туристическими потоками (для профилизации «Экономика и управление гостиничным

бизнесом»);

– сформировать первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов в хозяйственной деятельности организаций государственного и реального секторов экономики (для профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом»).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

**знать:**

- методологию геоэкономики туризма;
- механизм формирования, развития и продвижения национальной туристической дестинации;
- особенности функционирования туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь;

**уметь:**

- правильно применять терминологию и понятийный аппарат геоэкономики туризма;
- оценивать конкурентоспособность туристических дестинаций;
- анализировать туристические потоки и доходы туристических дестинаций;
- проводить оценку территориальной организации туристско-рекреационного комплекса;

**иметь навык:**

- владения методикой стратегического планирования региональных туристических дестинаций;
- использования комплексного подхода к продвижению национальной дестинации на международный рынок туризма.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Геоэкономика туризма» относится к модулю «Маркетинг и геоэкономика» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Геоэкономика туризма» связана с изучением таких дисциплин, как «География туризма», «Маркетинг в туристической индустрии», «Менеджмент организации», «Экономика организации», «Управление проектами в туристической индустрии» и др.

Формы получения образования – дневная, заочная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится: 122 часа, из них

для профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом»:

- для дневной формы получения общего высшего образования общее количество учебных часов – 122, аудиторных – 68 часов, из них лекции 34 часа, практические занятия – 34 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

6 семестр: лекций – 34 часа, практические занятия – 34 часа.

Самостоятельная работа студента – 54 часа.

– для заочной формы получения общего высшего образования (на базе ССО) предусмотрено аудиторных занятий 14 часов, из них лекции – 6 часов; практические занятия – 8 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия: лекций – 2 часа, практические занятия – 2 часа.

6 сессия: лекций – 4 часа, практические занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 108 часов.

для профилизации «Экономика и управление гостиничным бизнесом»:

- для дневной формы получения общего высшего образования общее количество учебных часов – 122, аудиторных – 68 часов, из них лекции 34 часа, практические занятия – 34 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

6 семестр: лекций – 34 часа, практические занятия – 34 часа.

Самостоятельная работа студента – 54 часа.

– для заочной формы получения общего высшего образования (на базе ССО) предусмотрено аудиторных занятий 14 часов, из них лекции – 8 часов; практические занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия: лекций – 2 часа.

6 сессия: лекций – 6 часов, практические занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 108 часов.

– для заочной формы получения общего высшего образования предусмотрено аудиторных занятий 14 часов, из них лекции – 8 часов; практические занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 сессия: лекций – 2 часа;

8 сессия: лекций – 6 часов, практические занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 108 часов.

Трудоёмкость учебной дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Формы промежуточной аттестации – курсовая работа (для профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом»), экзамен.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Теоретические основы геоэкономики туризма**

Сущность геоэкономики туризма. Этапы становления геоэкономики как отдельного научного направления. Эволюция научных исследований туризма в Беларуси: от архитектуры до геоэкономики.

Глобализация в сфере туризма. Основные тенденции глобализации туризма.

Учение о туристической дестинации. Подходы и содержание определений понятия «дестинация» ЮНВТО, зарубежных и отечественных ученых. Структура дестинационной системы туризма и взаимосвязи между ее элементами.

Отличие геоэкономического подхода в сфере туризма от географического и экономического.

Туристическое пространство как геоэкономический фактор. Пространственные закономерности размещения туристических ресурсов и центров туристического спроса. Структура туристического пространства.

Поляризация глобального туристического пространства. Пространственные процессы современного рынка туристических услуг. Иерархические модели мирового туристического пространства И.И. Пирожника и А.Ю. Александровой. Построение модели современного поляризованного туристического пространства мира. Оценка положения дестинации в иерархической структуре мирового туристического пространства.

### **Тема 2. Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма**

Туристическая дестинация как экономическая система.

Типология туристических дестинаций. Иерархические типы дестинаций. Туристско-рекреационный комплекс как основа национальной дестинации Республики Беларусь.

Жизненные циклы туристических дестинаций. Модель развития рекреационных территорий Ю.А. Веденина. Концепция эволюционного цикла туристического региона Р.В. Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристического бизнеса, истощения рекреационных ресурсов и изменения социальной среды в дестинации.

Туристические кластеры как структурная основа дестинаций. Понятие туристических кластеров и принципы их образования. Проблемы территориальной организации туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь.

Сущность туристско-рекреационного районирования. Туристическо-рекреационное районирование стран и регионов. Районирование мира Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Туристско-рекреационное районирование Республики Беларусь.

Стратегическое планирование развития туристической дестинации.

### **Тема 3. Туристические потоки и доходы туристических дестинаций**

Закономерность становления туризма как массового явления. Международный туризм. Современные тенденции формирования и развития международных туристических потоков. Анализ туристических потоков в Республике Беларусь.

Социально-экономические факторы развития туризма. Факторы, генерирующие общественные потребности в туризме. Факторы реализующие потребности в туризме.

Обзор методов изучения туристических потоков. Статистика туристических потоков. Показатели официальной статистики туризма ЮНВТО, Республики Беларусь и зарубежных стран.

Выявление основных и перспективных географических рынков сбыта услуг туристической индустрии. Методика расчета индекса туристической избирательности, ее преимущества и недостатки.

Формирование доходов страны от международного туризма. Понятие туристического баланса страны. Проблемы формирования и учета доходов Республики Беларусь от международного туризма.

Методика расчета индекса приоритетности рынка продвижения туристических услуг дестинации, ее преимущества и недостатки. Анализ приоритетности рынков продвижения туристических услуг национальной дестинации Республики Беларусь.

### **Тема 4. Конкурентоспособность туристической дестинации**

Методологические подходы оценки конкурентоспособности национальной дестинации.

Рекреационные ресурсы как фактор создания продукта туристической дестинации. Туристические ресурсы как часть рекреационных ресурсов.

Компетенции как фактор конкурентоспособности туристической дестинации.

Туристическая рента как отражение конкурентоспособности национальной дестинации. Виды туристической ренты. Рентная оценка туристических ресурсов.

Оценка конкурентоспособности туристической дестинации на основе модели «национального ромба» Майкла Портера. Механизм формирования среды компетенций в сфере туризма. Компетенции во взаимосвязи с детерминантами конкурентных преимуществ национальной дестинации Республики Беларусь.

Оценка конкурентоспособности дестинации по методике Всемирного экономического форума (ВЭФ). Оценочный рейтинговый подход ВЭФ к странам мира. Структура индекса конкурентоспособности путешествий и

туризма. Рейтинг национальных дестинаций по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма ВЭФ. Косвенная оценка конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь по данным ВЭФ.

Индексная методика оценки конкурентоспособности национальной дестинации. Конкурентоспособность национальных дестинаций Республики Беларусь и стран-соседей.

## **Тема 5. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации**

Понятие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Связь геоэкономического механизма с учением о туристических дестинациях и концепцией поляризации глобального туристического пространства.

Методология геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Суть метода геоэкономической интерпретации дестинационного моделирования туристско-рекреационного комплекса. Область и направления действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации.

Схема внешнего действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Группировка институтов механизма по основным концептам национальной дестинации. Нарастивание компетенций в туристско-рекреационном комплексе национальной дестинации. Формирование системы маркетинга национальной дестинации на рынке международного туризма.

Институты внешнего действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Институты въездного туризма. Институты сотрудничества с дестинациями-конкурентами. Институты взаимодействия дестинации и политических кругов. Институты инвестиционной привлекательности дестинации. Институты выстраивания посреднических (услуг проводящих) каналов дестинации.

Создание региональных дестинаций в структуре национальной дестинации. Этапы создания региональных дестинаций на принципах самоорганизации и кооперации. Критерии отбора потенциальных региональных дестинаций. Опыт создания региональных дестинаций в Республике Беларусь на основе кооперации и самоорганизации. Экономическая оценка эффекта создания региональных дестинаций.

## **Тема 6. Продвижение туристических дестинаций**

Содержание маркетинга туристических дестинаций. Основные направления маркетинга дестинаций. Области маркетинговых исследований дестинаций. Маркетинг взаимоотношений в структуре продвижения туристических дестинаций.

Организация маркетинга туристических дестинаций. Маркетинговая деятельность национальных туристических администраций. Деятельность общественных организаций в продвижении интересов туристической индустрии регионов (региональных дестинаций). Деятельность муниципалитетов по продвижению туристических центров и местностей (локальных дестинаций). Особенности продвижения услуг точечных дестинаций. Маркетинговая кооперация аттракционных пунктов с предприятиями туристической индустрии. Стратегические направления продвижения национальной дестинации Республики Беларусь на внешние рынки.

Карт-система формирования и продвижения туристических дестинаций. Основные участники карт-системы. Типы карточек турпродукта.

Диалоговая концепция маркетинга туристических дестинаций. Проблемное поле «маркетинг дестинаций – диалог культур»: соотнесение маркетинга, философии, дестинации, культурологии, туризма, межкультурных коммуникаций. Положения философской теории диалога культур М.М. Бахтина и В.С. Библера. Уровни построения диалога культур в маркетинге дестинаций на потребительском рынке.

Брендинг туристических дестинаций. Специализация, позиционирование и имидж дестинации на туристическом рынке. Понятие бренда туристических дестинаций. Формализованные и неформализованные бренды туристических дестинаций. Виды информации бренда и его структура. Разработка зонтичных брендов туристической индустрии дестинации. Формирование бренда города-дестинации со сложным культурно-историческим потенциалом.

Продвижение туристических дестинаций в Интернет. Интернет-инструменты продвижения дестинаций: социальные медиа, пользовательские системы бронирования, консолидированные сайты дестинаций, информационные порталы-планировщики. Методы оптимизации сайтов национальных дестинаций.

## ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

1. Курсовая работа, как форма текущей аттестации обучающихся при освоении учебной дисциплины «Геоэкономика туризма» первой ступени получения высшего образования, является одним из видов самостоятельной работы. Она должна быть выполнена и представлена к защите в срок, установленный учебным графиком. На выполнение курсовой работы отводится 40 учебных часов.

2. Курсовая работа нацелена на формирование у студентов навыков теоретических и экспериментальных исследований; умения: самостоятельной критической обработки научных источников, анализировать современное состояние исследуемого вопроса, обрабатывать экспериментальные результаты и проводить расчеты, формулировать цели и задачи исследования, формулировать выводы, предложения, рекомендации, давать оценку результатам исследования. Курсовая работа нацелена на углубление знаний студентов по разрабатываемой теме, стимулирование к самостоятельному научному поиску.

3. Основная часть курсовой работы должна включать раздел, содержащий теоретические основы темы, в котором приводится уровень разработанности проблемы в теории и на практике. В основной части излагается материал, включающий подробное описание и характеристику существующих методов экономических исследований по теме работы, результаты самостоятельно проведенного анализа, видение состояния проблемы и пути ее решения.

4. Темы курсовых работ разрабатываются на кафедре и утверждаются заведующим кафедрой в установленном порядке. Количество утвержденных тем курсовых работ должно быть достаточным для обеспечения, каждого обучающегося в учебной группе индивидуальным заданием. Обучающийся вправе выбрать тему курсовой работы из числа утвержденных на кафедре тем, а также предложить тему самостоятельно с обоснованием ее целесообразности.

5. Задание по курсовой работе должно быть выдано обучающемуся, осваивающему учебную дисциплину учебного плана первой ступени получения высшего образования в течение первых двух недель после начала семестра, в котором предусмотрено написание курсовой работы в соответствии с учебным планом по учебной дисциплине. Задание по курсовой работе выдается индивидуально и должно содержать название темы, необходимые исходные данные, перечень нужных составных частей. В задании приводятся даты выдачи и представления курсовой работы к защите, задание подписывается руководителем и студентом.

6. Обучающийся обязан представить руководителю курсовую работу в срок, установленный заданием на курсовую работу, для проведения первичного рецензирования работы и принятия решения о допуске ее к защите. В случае признания работы неудовлетворительной, студент обязан переработать

(исправить) работу в установленный срок и представить ее на повторное рецензирование с обязательным предъявлением предыдущего варианта работы.

7. Курсовая работа должна содержать: титульный лист, реферат, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения. Требования к оформлению курсовой работы изложены в СТП 20-04-2008 «Общие требования к содержанию и порядок выполнения студенческих работ» и СТП 20-05-2008 «Правила оформления студенческих работ».

8. Защита курсовой работы проводится в сроки, установленные учебным планом на текущий год комиссией, назначаемой заведующим кафедрой. В составе комиссии должно быть не менее двух сотрудников кафедры из числа профессорско-преподавательского состава с обязательным участием руководителя курсовой работы. Председателя комиссии назначает заведующий кафедрой.

9. Комиссия принимает решение о результате защиты курсовой работы большинством голосов. В случае равенства голосов, решающим является голос председателя комиссии. Результат защиты курсовой работы оформляется руководителем работы в экзаменационной ведомости и зачетной книжке студента.

10. Передача неудовлетворительной оценки, полученной при защите курсовой работы, допускается один раз. Для повторной защиты курсовой работы деканом факультета назначается новая комиссия в составе не менее трех человек и устанавливается срок повторной защиты, с которым должен быть ознакомлен обучающийся. В случае получения неудовлетворительной оценки при повторной защите или неявке студента на повторную защиту без уважительной причины, студент признается не ликвидировавшим академическую задолженность в установленные сроки и подлежит отчислению.

11. Итоги выполнения студентами курсовых работ должны быть обсуждены на заседании кафедры.

12. Студенты имеют право воспользоваться материалами своих курсовых работ при написании ими дипломных работ.

## Примерный перечень тем курсовых работ

1. Сущность, характерные черты, типология и развитие туристических дестинаций
2. Основные принципы управления развитием туристических дестинаций как социально-экономических систем
3. Туристическая дестинация как объект брендинга туристической территории
4. Концепция брендинга (необходимо указать объект – например, Минск, Витебская область и др.) как туристической дестинации
5. Формирование механизма совершенствования управления продвижением дестинации (на примере конкретной дестинации)
6. Комплекс мер по совершенствованию продвижения бренда (на примере конкретной дестинации) как туристической дестинации
7. Опыт развития и продвижения туристического продукта курортных дестинаций (на примере конкретной дестинации)
8. Опыт развития и продвижения туристического продукта оздоровительных дестинаций (на примере конкретной дестинации)
9. Опыт развития и продвижения туристического продукта экскурсионных дестинаций (на примере конкретной дестинации)
10. Опыт развития и продвижения туристического продукта горнолыжных дестинаций (на примере конкретной дестинации)
11. Гастрономический брендинг как инструмент продвижения региональных туристических дестинаций: зарубежный опыт и возможности развития в Беларуси
12. Маркетинговые стратегии продвижения туристического продукта малых городов (на примере...)
13. Концептуальные подходы развития дестинаций внутреннего туризма в Республике Беларусь на современном этапе
14. Состояние и перспективы развития кинотуризма в Республике Беларусь
15. Инновационные подходы к продвижению дестинаций особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь в глобальном информационном пространстве (на примере ...)
16. Зарубежный опыт брендинга особо охраняемых природных территорий и возможности его использования в Республике Беларусь
17. Место и роль туризма в стратегиях устойчивого развития городов: зарубежный опыт и возможности его применения в Республике Беларусь
18. Брендинг национальных парков как туристической дестинации: международный опыт и возможности его использования в Республике Беларусь
19. Гастрономические фестивали как средство повышения привлекательности туристических дестинаций: зарубежный опыт и возможности его применения в Республике Беларусь

20. Особенности потенциала событийного туризма городских дестинаций Республики Беларусь
21. Туристические кластеры Беларуси как инструмент регионального развития и создания конкурентоспособного турпродукта
22. Культурное наследие как фактор развития туристического продукта региона (на примере ... области)
23. Повышение эффективности использования в туризме экологических ресурсов дестинации Витебская область
24. Повышение эффективности использования в туризме историко-культурных ресурсов дестинации Гродненская область
25. Повышение эффективности использования в туризме оздоровительных ресурсов дестинации Минская область
26. Интернет-технологии и их влияние на маркетинг туристических дестинаций
27. Брендинг как инструмент продвижения туристических дестинаций (на примере конкретной дестинации)
28. Стратегии позиционирования городов-дестинаций с богатым культурным наследием
29. Роль рекреационных ресурсов в создании туристического продукта дестинации (на примере конкретной дестинации)
30. Проблемы территориальной организации туристско-рекреационного комплекса Беларуси
31. Сравнительный анализ туристических кластеров в Беларуси и других странах

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»**

Дневная форма получения высшего образования  
(профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом»,  
«Экономика и управление гостиничным бизнесом»).

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний	
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы					
						лекции	практические занятия	семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	
<b>6 семестр</b>											
Тема 1.	Теоретические основы геоэкономики туризма	4							[1],[2],[14],[19],[22],[23]	Дискуссия	
	Теоретические основы геоэкономики туризма		4						[1],[2],[14],[19],[22],[23]	Экспресс-опрос	
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма	4				2			[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18],[20],[21],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации	
	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма		4				2		[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18],[20],[21],[22]	Обсуждение практических ситуаций, контрольная работа	
Тема 3.	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций	4				2			[1],[2],[3],[9],[10],[14],[18],[19],[22]	Индивидуальное задание	

	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций		4						[1],[2],[3],[9],[10],[14],[18],[19],[22]	Семинар-коллоквиум, реферат
Тема 4.	Конкурентоспособность туристической дестинации	4				2			[1],[2],[14],[15],[21],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации
	Конкурентоспособность туристической дестинации		4				2		[1],[2],[14],[15],[21],[22]	Опрос, контрольная работа
Тема 5.	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации	2				2			[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Экспресс-опрос, индивидуальное задание
	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации		4				2		[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Дискуссия, индивидуальное задание
Тема 6.	Продвижение туристических дестинаций	4				4			[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Экспресс-опрос
	Продвижение туристических дестинаций		6				2		[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Работа в малых группах, контрольная работа
<b>Итого 6 семестр</b>		<b>22</b>	<b>26</b>			<b>12</b>	<b>8</b>			<b>Экзамен</b>
<b>Всего часов</b>		<b>22</b>	<b>26</b>			<b>12</b>	<b>8</b>			

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»**

Заочная форма получения высшего образования (профилизация «Экономика и управление гостиничным бизнесом»)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	11	12
<b>7 сессия</b>							
Тема 1.	Теоретические основы геоэкономики туризма	1				[1], [2],[14],[19],[22], [23]	Дискуссия
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма	1				[1],[2],[4],[11],[12], [14],[18], [20],[21], [22]	Дискуссия, решение практической ситуации
<b>Итого 7 сессия</b>		<b>2</b>	<b>-</b>				
<b>8 сессия</b>							
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма		1			[1],[2],[4],[11],[12], [14],[18], [20],[21], [22]	Опрос, индивидуальное задание
Тема 3.	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций	2				[1],[2],[3],[9],[10], [14],[18], [19],[22]	Дискуссия, индивидуальное задание
	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций		1			[1],[2],[3],[9],[10], [14],[18], [19],[22]	Экспресс-опрос
Тема 4.	Конкурентоспособность туристической дестинации	2				[1],[2], [14],[15],[21], [22]	Обсуждение практических ситуаций
	Конкурентоспособность туристической дестинации		2			[1],[2], [14],[15],[21], [22]	Экспресс-опрос
Тема 5.	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации					[1],[2],[3],[6],[7],[8], [14],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации

	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации		1			[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Решение практических ситуаций
Тема 6.	Продвижение туристических дестинаций	2				[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Экспресс-опрос, решение конкретных ситуаций
	Продвижение туристических дестинаций		1			[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Дискуссия
<b>Итого 8 сессия</b>		<b>6</b>	<b>6</b>				<b>Экзамен</b>
<b>Всего часов</b>		<b>8</b>	<b>6</b>				

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»**

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)  
(профилизации «Экономика и управление туристическим бизнесом»)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	11	12
<b>5 сессия</b>							
Тема 1.	Теоретические основы геоэкономики туризма	1				[1], [2], [14],[19],[22], [23]	Дискуссия
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма	1				[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18], [20],[21],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма		2			[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18], [20],[21],[22]	Опрос, индивидуальное задание
	<b>Итого 5 сессия</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				
<b>6 сессия</b>							
Тема 3.	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций	2				[1],[2],[3],[9],[10],[14], [18], [19],[22]	Дискуссия, индивидуальное задание
	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций		1			[1],[2],[3],[9],[10],[14], [18], [19],[22]	Экспресс-опрос
Тема 4.	Конкурентоспособность туристической дестинации	2				[1],[2], [14],[15],[21],[22]	Обсуждение практических ситуаций
	Конкурентоспособность туристической дестинации		2			[1],[2], [14],[15],[21],[22]	Экспресс-опрос

Тема 5.	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации					[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации
	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации		1			[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Решение практических ситуаций
Тема 6.	Продвижение туристических дестинаций	2				[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Экспресс-опрос, решение конкретных ситуаций
	Продвижение туристических дестинаций		2			[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Дискуссия
<b>Итого 6 сессия</b>		<b>4</b>	<b>6</b>				<b>Экзамен</b>
<b>Всего часов</b>		<b>8</b>	<b>6</b>				

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА»**

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)  
(профилизации «Экономика и управление гостиничным бизнесом»)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	11	12
<b>5 сессия</b>							
Тема 1.	Теоретические основы геоэкономики туризма	1				[1], [2], [14],[19],[22], [23]	Дискуссия
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма	1				[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18], [20],[21],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации
	<b>Итого 5 сессия</b>	<b>2</b>	-				
<b>6 сессия</b>							
Тема 2.	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма		1			[1],[2],[4],[11],[12],[14],[18], [20],[21],[22]	Опрос, индивидуальное задание
Тема 3.	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций	2				[1],[2],[3],[9],[10],[14], [18], [19],[22]	Дискуссия, индивидуальное задание
	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций		1			[1],[2],[3],[9],[10],[14], [18], [19],[22]	Экспресс-опрос
Тема 4.	Конкурентоспособность туристической дестинации	2				[1],[2], [14],[15],[21],[22]	Обсуждение практических ситуаций
	Конкурентоспособность туристической дестинации		2			[1],[2], [14],[15],[21],[22]	Экспресс-опрос

Тема 5.	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации					[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Дискуссия, решение практической ситуации
	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации		1			[1],[2],[3],[6],[7],[8],[14],[22]	Решение практических ситуаций
Тема 6.	Продвижение туристических дестинаций	2				[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Экспресс-опрос, решение конкретных ситуаций
	Продвижение туристических дестинаций		1			[1],[2],[5],[14],[16],[17],[22]	Дискуссия
<b>Итого 8 сессия</b>		<b>6</b>	<b>6</b>				
<b>Всего часов</b>		<b>8</b>	<b>6</b>				<b>Экзамен</b>

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Экономика и управление туристской индустрией" / А. И. Тарасенок. – Минск : РИВШ, 2023. – 359 с.

2. Погодина, В. Л. География туризма : учебник / В. Л. Погодина, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 256 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010338-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1939096> (дата обращения: 26.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная:

3. Андросова, Г. А. Экономика и маркетинг туристской индустрии. Экономика туризма : учебное пособие / Г. А. Андросова, И. В. Енченко ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта. – Санкт-Петербург : Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф.Лесгафта, Санкт-Петербург, 2022. – 92 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=702730> (дата обращения: 26.03.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

4. Большаник, П. В. Туристское страноведение : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки 43.03.02 "Туризм", 43.03.03 "Гостиничное дело" (квалификация (степень) "бакалавр") / П. В. Большаник. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 239, [1] с.

5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с.

6. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы: моногр. / Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок и др.; под общ. ред. канд. экон. наук Е.Г. Киреенко. – Минск : Ковчег, 2018. – 400 с.

7. Морозов, М. А., Экономика туристских дестинаций : монография / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – Москва : Русайнс, 2021. – 146 с. – ISBN 978-5-4365-5258-3. – URL: <https://book.ru/book/939692> (дата обращения: 26.03.2025). – Текст : электронный.

8. Морозов, М. А. Экономика туристских дестинаций : учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – Москва : КноРус, 2022. – 244 с. – ISBN 978-5-

406-09137-1. – URL: <https://book.ru/book/943007> (дата обращения: 26.03.2025). – Текст : электронный.

9. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учебное пособие / А. О. Овчаров. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 264 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/1846122. - ISBN 978-5-16-017365-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2091911> (дата обращения: 26.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

10. Панова, А. В. Статистика туризма : учебное пособие / А. В. Панова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 287 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/1046178. - ISBN 978-5-16-015481-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2126334> (дата обращения: 26.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

11. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 210 с.

12. Рассохина, Т. В. Управление устойчивым развитием туристских дестинаций: теория и методология = Managing sustainable development of tourist destinations: theory and methodology / Т. В. Рассохина. – Москва : Креативная экономика, 2018. – 238 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499030> (дата обращения: 26.03.2025). – Библиогр.: с. 191-215. – ISBN 978-5-91292-237-4. – DOI 10.18334/9785912922374. – Текст : электронный.

13. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (на примере Республики Беларусь) : монография / А. И. Тарасенок. – Минск : БГЭУ, 2016. – 199 с.

14. Тарасенок, А.И. Геоэкономика туризма: учебное пособие / А.И. Тарасенок. – Минск : Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2011. — 272 с.

15. Ульяновченко, Л. А. Региональные туристские комплексы и кластеры : монография / Л. А. Ульяновченко, М. В. Виноградова, И. Г. Гладская. – Москва : Русайнс, 2020. – 151 с. – ISBN 978-5-4365-0560-2. – URL: <https://book.ru/book/934683> (дата обращения: 26.03.2025). – Текст : электронный.

16. Штефан, Л. В. Организация и брендинг туристических дестинаций : пособие для студентов учреждений высшего образования : в 2 ч. / Л. В. Штефан ; Министерство спорта и туризма Республики Беларусь, Учреждение образования "Белорусский государственный университет физической культуры". – Минск : БГУФК, 2019. – Ч. 1: Маркетинг туристических дестинаций. – 118 с.

17. Штефан, Л. В. Организация и брендинг туристических дестинаций : пособие для студентов учреждений высшего образования : в 2 ч. / Л. В. Штефан ; Министерство спорта и туризма Республики Беларусь, Учреждение образования "Белорусский государственный университет физической культуры". – Минск : БГУФК, 2019. – Ч. 2: Брендинг туристических дестинаций. – 94 с.

18. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим, естественно-научным направлениям / Т. Т. Христов. – Москва : Юрайт, 2021. – 271, [1] с., [14] л. цв. ил. : ил.

#### **Электронные ресурсы:**

19. Олифир, Д. И. Этногеографические особенности туристских дестинаций : Учебно-методическое пособие / Д. И. Олифир ; Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2019. – 110 с. – ISBN 978-5-907072-87-9. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_41567766\\_38814065.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_41567766_38814065.pdf) (дата обращения: 26.03.2025).

20. Предложения реформ, направленные на улучшение состояния въездного туризма : аналитический отчет / Д. Г. Решетников, М. В. Боровко, Р. Н. Костицын, А. И. Тарасенок. – Минск, 2016. – 96 с. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/239341> (дата обращения: 26.03.2025).

21. Развитие туристских дестинаций: модели, методы, инструменты / Р. Р. Тимиргалеева, И. Ю. Гришин, М. В. Матюнина [и др.]. – Майкоп : ООО "Электронные издательские технологии", 2020. – 292 с. – ISBN 978-5-6044745-2-5. – DOI 10.34754/EP.2020.27.29.003. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_43140272\\_61415688.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_43140272_61415688.pdf) (дата обращения: 26.03.2025).

22. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» / А. И. Тарасенок // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: [http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/95807\\_](http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/95807_) (дата обращения: 26.03.2025).

#### **Нормативные и законодательные акты**

23. О туризме : Закон Республики Беларусь от 11 нояб. 2021 г. N 129-3 // *ilex* : информ. правовая система (дата обращения: 26.03.2025).

### Перечень вопросов для проведения экзамена

1. Сущность и основные этапы становления геоэкономики. Ученые геоэкономисты.
2. Влияние процессов глобализации на развитие туристических дестинаций.
3. Система туризма Т. Бигера
4. Сущность понятия «туристическая дестинация» и его интерпретация согласно ЮНВТО, учения Т. Бигера.
5. Дестинационная система туризма и ее взаимосвязи.
6. Сходства и различия объектов и предметов экономики туризма, рекреационной географии, геоэкономики туризма.
7. Экономическая, географическая и геоэкономическая интерпретация туризма.
8. Модель территориальной рекреационной системы и ее системные характеристики.
9. Понятие и структура туристического пространства.
10. Концепция пространственной поляризации международного туристического рынка.
11. Влияние положения национальной дестинации в поляризованном туристическом на ее развитие.
12. Модель поляризации туристического пространства И.И. Пирожника.
13. Модель поляризации туристического пространства А.Ю. Александровой.
14. Модель поляризации туристического пространства А.И. Тарасенка.
15. Структура дестинация как экономической системы.
16. Типология организаций туристической индустрии относительно дестинации.
17. Типология туристических дестинаций по Т. Бигеру.
18. Типология туристических дестинаций как экономических систем.
19. Цикл развития рекреационных территорий по Ю.А. Веденину.
20. Модель эволюционного цикла туристического региона Р.В. Батлера.
21. Стадии жизненного цикла дестинации Т. Бигера.
22. Туристический кластер в структуре системы туризма и дестинационной системы.
23. Сущность туристско-рекреационного районирования.
24. Факторы туристического районообразования и механизм их действия.
25. Пространственная целостность туристско-рекреационного района и роль в нем «центрального места».
26. Сущность и виды стратегического планирования развития туристической дестинации.
27. Этапы стратегического планирования развития туристической дестинации.
28. Механизм развития туризма как массового явления.

29. Генерирующие факторы развития туризма.
30. Реализующие факторы развития туризма.
31. Понятия посетитель, турист или однодневный посетитель. Организованный и неорганизованный туристический поток.
32. Методы изучения туристических потоков.
33. Статистические показатели объемов, динамики и структуры рынков сбыта услуг дестинации.
34. Источники валютных поступлений от иностранного туризма и преимущества туристического экспорта.
35. Формирование туристического баланса и «сальдо туристического баланса».
36. Конкурентоспособность туристической дестинации и подходы к ее оценке.
37. Рекреационные ресурсы и критерии их происхождения из естественных условий.
38. Мифология туристических ресурсов.
39. Туристические ресурсы как фактор создания турпродукта дестинации.
40. Компетенции как фактор конкурентоспособности туристической дестинации.
41. Направления конкуренции региональных дестинаций.
42. Эволюция теоретических концепций развития локальных дестинаций.
43. Туристическая рента как экономическая категория.
44. Механизм формирования монопольной, дифференциальной и абсолютной туристической ренты.
45. Методология оценки величины туристической ренты.
46. Теория международной конкурентоспособности М. Портера применительно к туризму.
47. Модель национального ромба М.Портера применительно к дестинациям.
48. Методология оценки стран по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма ВЭФ.
49. Индексная методика оценки конкурентоспособности на основе пяти концептов национальной дестинации.
50. Сущность геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации.
51. Этапы создания региональных туристических дестинаций.
52. Основные критерии отбора потенциальных региональных дестинаций.
53. Роль и место маркетинга взаимоотношений в маркетинге дестинаций.
54. Уровни организации маркетинга туристических дестинаций. Национальные организации, занимающихся маркетингом турпродукта.
55. Стратегические задачи и уровни организационной структуры маркетинга региональных туристических дестинаций.
56. Основные функции и мероприятия локального центра туристического маркетинга.

57. Инструменты и принципы продвижения точечной дестинации (аттракционного пункта).
58. Организация карт-системы туристической дестинации. Виды карточек турпродукта.
59. Механизмы стимулирования продаж и оптовой продажи турпродукта дестинации посредством карт-системы.
60. Понятие имиджа и бренда туристической дестинации.
61. Виды информации бренда туристической дестинации. Понятие формализованных и неформализованных брендов.
62. Этапы разработки бренда туристической дестинации.
63. Основные четыре компонента продвижения турпродукта дестинации в Интернет.
64. Основные инструменты интернет-маркетинга дестинаций.

**Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине**

Номер темы	Название темы занятия	Количество часов УСРС лекции/ПЗ	Методическое обеспечение занятия
1	Теоретические основы геоэкономики туризма	-	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
2	Национальная дестинация как объект геоэкономики туризма	2/	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
3	Туристические потоки и доходы туристических дестинаций	2/2	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
4	Конкурентоспособность туристической дестинации	2/2	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
5	Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации	2/2	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
6	Продвижение туристических дестинаций	4/2	Материалы размещены на платформе LMS Moodle
	<b>Всего</b>	<b>12/8</b>	

## Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения общего высшего образования отводится 54 часа, заочной и заочной (на базе ССО) формы получения общего высшего образования – 108 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения практических задач в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных материалов и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам индивидуальных практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой;
- работа со статистическими данными;
- составление обзора научной литературы по заданной теме;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

## Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущей и промежуточной аттестаций.

Мероприятия *текущей аттестации* проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

контрольная работа;

коллоквиум;

экспресс-опрос на аудиторных занятиях;

опрос;

реферат;

учебное задание – решение практических задач.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме защиты курсовой работы, экзамена.

### **Методика формирования отметки по учебной дисциплине**

*В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.*

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1	2	3	4
Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии	Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости	Замечаний и предложений нет <i>С.В. Свирежко</i>	