


Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 В.Ю. Шутилин
« 4 » мая 2021 г.

Регистрационный № УД 4694-21 /уч.

ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»

Учебная программа составлена на основе типовой учебной программы по учебной дисциплине «Геоэкономика туристической индустрии», утвержденной 12.12.2016, регистрационный № ТД 739/тип.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Тарасенок А.И., профессор кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, кандидат географических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Волонцевич Е.Ф., зав. отделом ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь», кандидат экономических наук, доцент.

Дедок В.М., доцент кафедры международного туризма Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 11.03.2021);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 22.04.2021).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Геоэкономика туристической индустрии» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристической индустрией».

Целью учебной дисциплины «Геоэкономика туристической индустрии» является формирование знаний, умений и навыков, необходимых будущему специалисту для оценки пространственно-экономических процессов функционирования туристической индустрии и управления созданием регионального турпродукта.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- раскрыть сущность учения о туристических дестинациях как основы геоэкономики туристической индустрии;
- объяснить действие факторов развития туризма и формирования доходов туристической индустрии;
- обучить методике оценки конкурентоспособности туристической индустрии дестинации;
- познакомить с методами изучения туристических потоков;
- раскрыть принципы моделирования дестинаций как объектов предпринимательства и субъектов конкуренции;
- обучить методам продвижения услуг туристической индустрии дестинации;
- познакомить с методами регионального управления туристической индустрией.

Структура учебной программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают последние достижения научно-технического прогресса, передовой отечественный и зарубежный опыт развития туристической индустрии, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций.

Специалист должен:

- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- СЛК-7. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия.
- СЛК-8. Адаптироваться к новым ситуациям социально-профессиональной деятельности, реализовывать накопленный опыт, свои возможности.

Специалист должен быть способен:

- ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.
- ПК-7. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК-8. Принимать управленческие решения в организации туристической деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства.
- ПК-18. Оценивать конкурентоспособность и экономическую эффективность разрабатываемых технологий.
- ПК-19. Обосновывать мероприятия по внедрению передовых методов хозяйствования, методов и приемов труда, созданию благоприятных условий труда.
- ПК-20. Разрабатывать предложения по оптимизации ассортимента услуг, предлагаемых организациями туристической индустрии.
- ПК-21. Разрабатывать программы обслуживания туристов и других клиентов в организациях туристической индустрии.
- ПК-28. Принимать участие в исследованиях, связанных с совершенствованием и развитием соответствующих объектов туристической индустрии.
- ПК-29. Изучать и анализировать тенденции развития национального и международного туризма.
- ПК-30. Проводить репрезентативные исследования туристического спроса и предложения.
- ПК-31. Использовать экономические законы и закономерности в управлении инновациями и инвестициями.
- ПК-35. Использовать комплексный подход при решении проблем функционирования организации туристической индустрии.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методологические основы изучения туристических дестинаций;
- механизм действия геоэкономических факторов развития туристической индустрии и методы управления ими;
- основные тенденции развития международного туризма;

уметь:

- осуществлять комплексный анализ функционирования и обосновывать планы развития туристических дестинаций;
- разрабатывать мероприятия по управлению туристическими потоками;
- проводить оценку территориальной организации туристической индустрии;

владеть:

- теоретическими знаниями экономических законов и закономерностей и уметь их применять в управлении инновациями и инвестициями в туристической индустрии;
- комплексным подходом к решению проблем функционирования организаций туристической индустрии.

Изучение учебной дисциплины «Геоэкономика туристической индустрии» базируется на тесной связи с другими учебными дисциплинами: «Экономика туристической индустрии», «Менеджмент туристической индустрии», «Маркетинг в туристической индустрии», «Национальная экономика», «Международная экономика».

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» **дневной формы получения высшего образования** учебная программа рассчитана на 188 часов, из них аудиторных занятий 72 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 40 часов; семинарских занятий – 32 часа. Форма текущей аттестации – экзамен.

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» **заочной формы получения высшего образования** учебная программа рассчитана на 188 часов, из них аудиторных занятий – 18 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 8 часа; семинарских занятий – 10 часов. Форма текущей аттестации – экзамен.

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» **заочной формы получения высшего образования (сокращенный срок обучения)** учебная программа рассчитана на 188 часов, из них аудиторных занятий – 14 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 6 часов; семинарских занятий – 8 часов. Форма текущей аттестации – экзамен.

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» **заочной формы получения высшего образования (интегрированные с образовательными программами среднего специального образования)** учебная программа рассчитана на 188 часов, из них аудиторных занятий – 14 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 8 часов; семинарских занятий – 6 часа. Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии

Сущность и задачи геоэкономики туристической индустрии. Туризм в глобальной геоэкономической системе. Основные тенденции глобализации туризма: развитие глобального информационного пространства, внедрение глобальных систем бронирования и резервирования, распространение международных стандартов обслуживания, транснационализация капитала туристической индустрии, уменьшение барьеров на пути международных туристических миграций.

Интеграция экономической и географической науки о туризме. Понятия «туристическая отрасль», «туристическая индустрия», «туристический комплекс», «туристическая дестинация». Территориальная рекреационная система (ТРС) как объект рекреационной географии. Системные характеристики ТРС. Сеть предприятий туристической индустрии в ТРС как каркас дестинации. Типология предприятий туристической индустрии.

Туристическая дестинация как объект геоэкономики туристической индустрии. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Типология туристических дестинаций. Аттракционный пункт как локальная туристическая дестинация. Туристическая дестинация как ядро геоэкономической системы туризма.

Туристические районы и геоэкономические системы туризма. Сущность туристическо-рекреационного районирования. Факторы районирования: пространственная дифференциация туристического спроса и рекреационной избирательности, территориальное разделение общественного труда, территориальная концентрация рекреационных функций. Туристическо-рекреационное районирование стран и регионов. Районирование мира Всемирной туристической организации (ЮНВТО). Отличительные черты туристическо-рекреационных районов и геоэкономических систем туризма. Пространственная дискретность туристических районов и континуальность геоэкономических систем туризма.

Тема 2. Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии

Механизм развития туризма как рынка сбыта услуг туристической индустрии. 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).

Туристические ресурсы как фактор развития туристических дестинаций. Туристические ресурсы как часть рекреационных ресурсов. Классификация материальных туристических ресурсов. Мифотворчество как способ создания нематериальных туристических ресурсов. Перспективы

создания мифологических туристических ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристической индустрии.

Геоэкономические факторы формирования доходов туристической индустрии. Пространственные закономерности размещения туристических ресурсов и центров туристического спроса. Влияние местоположения дестинации на формирование доходов туристической индустрии. Транспортная доступность и уровень развития транспортных коммуникаций туристической дестинации. Трудовые ресурсы и компетенции населения как фактор развития туристического комплекса.

Формирование туристической ренты как добавочной прибыли предприятий туристической индустрии. Виды туристической ренты (абсолютная, дифференциальная, монопольная). Методика оценки туристической ренты исходя из анализа затрат туристов на путешествие. Рентная оценка туристических ресурсов. Использование рентных механизмов в целях регулирования туристических потоков, охраны рекреационных ресурсов и управления инвестициями туристической индустрии

Международный туризм. Современные тенденции формирования и развития международных туристических потоков. Источники валютных поступлений от международного туризма и их преимущества по сравнению с традиционным экспортом. Понятие туристического баланса страны. Активный и пассивный туристический баланс и его фактическое влияние на сальдо внешнеторгового баланса. Мультипликативный эффект развития туристической индустрии. Методика оценки туристических расходов и доходов региона и страны.

Тема 3. Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций

Конкурентоспособность стран как туристических дестинаций. Теории развития международного туристического рынка: абсолютного преимущества, сравнительных преимуществ, соотношения факторов производства, подобия стран (теория спроса), международной конкурентоспособности, пространственной поляризации мирового рынка.

Пространственные процессы современного рынка туристических услуг. Поляризация мирового туристического рынка. Иерархические модели мирового туристического пространства И.И.Пирожника и А.Ю.Александровой. Понятие «центра», «полупериферии» и «периферии». Мировые центры интенсивного развития туристической индустрии. Полупериферийные зоны развития туристической индустрии. Продвинутая и глубокая периферия. Оценка положения дестинации в иерархической структуре мирового туристического рынка.

Модели конкурентоспособности туристических центров и регионов на внешних рынках. Модель «национального ромба» М.Портера и ее применение в отношении туристической индустрии страны. Естественные и приобретенные конкурентные преимущества. Естественноресурсная и инвестиционно-инновационная модели развития туристической индустрии.

Компетенции как ведущий фактор конкурентоспособности туристических дестинаций в современных условиях развития рынка. Механизм формирования среды компетенций в туристической индустрии.

Тема 4. Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии

Методы изучения туристических потоков (наблюдение, социологический опрос, документально-статистический, математико-статистический анализ). Статистика туристических потоков. Показатели официальной статистики туризма ЮНВТО, Беларуси и зарубежных стран.

Выявление основных и перспективных географических рынков сбыта услуг туристической индустрии. Анализ величины, динамики и географической структуры туристического потока в дестинацию. Применение расчетных и графических методов анализа. Методика расчета индекса туристической избирательности, ее преимущества и недостатки. Методика расчета индекса приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации, ее преимущества и недостатки.

Тема 5. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции

Жизненные циклы туристических дестинаций. Проблема цикличности развития пространственных систем туризма. Модель развития рекреационных территорий Ю.А.Веденина. Концепция эволюционного цикла туристического региона Р.В.Батлера. Модель жизненного цикла дестинации Т.Бигера. Циклические закономерности развития туристической индустрии в дестинации.

Стратегическое планирование развития туристической индустрии дестинации. Сущность и виды стратегического планирования. Понятие нормативных и позитивных параметров стратегического планирования развития туристической индустрии. Этапы стратегического планирования. Подходы к планированию и учету прямых и скрытых затрат и эффектов развития туристической индустрии.

Формирование кластеров туристической индустрии. Понятие и виды туристических кластеров. Условия создания туристического кластера. Система накопления стоимости в туристическом кластере. Соотношение цепочек предприятий туристической индустрии в кластерах и дестинациях. Понятие стратификации туристической дестинации по разнородным кластерам.

Современные концепции проектирования туристических кластеров. Концепция «трех монополий» предприятий туристической индустрии: монополия торговой марки в сегменте спроса, монополия на ресурс, монополия положения по отношению к предприятиям-партнерам. Концепция управления «стоимостью переживаний» и ее применение в создании дестинаций событийного туризма.

Тема 6. Продвижение турпродукта дестинаций

Структура маркетингового туристического пространства: регионы формирования туристическо-рекреационного спроса, транзитные туристические регионы (транзитные дестинации), целевые регионы туристических путешествий (основные дестинации). Взаимодействие основных и транзитных дестинаций.

Организация маркетинга туристических дестинаций. Маркетинговая деятельность национальных туристических администраций. Деятельность общественных организаций в продвижении интересов туристической индустрии регионов и местностей. Особенности продвижения услуг аттракционного пункта. Маркетинговая кооперация аттракционных пунктов с предприятиями туристической индустрии.

Карт-система формирования и продвижения услуг туристической индустрии. Основные участники карт-системы (туристическая индустрия, индивидуальные туристы, агентства, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта). Реализация принципов оптовой продажи и стимулирования сбыта в сегменте индивидуального туризма с помощью карт-системы. Типы карточек турпродукта (тематические, комплексные городские, комплексные региональные).

Специализация и позиционирование дестинации на туристическом рынке. Брендинг туристических дестинаций. Понятие бренда туристических дестинаций. Формализованные и неформализованные бренды туристических дестинаций. Разработка зонтичных брендов туристической индустрии дестинации. Использование возможностей Интернета для продвижения бренда туристической дестинации и услуг туристической индустрии региона.

Тема 7. Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации

Территориальная организация туристической индустрии курорта, города, региона, страны. Управление туристическими дестинациями. Административно-правовые, экономические и информационные методы управления развитием туристических дестинаций. Проблемы организации туристическо-рекреационного землепользования.

Сбор информации и комплексное описание туристическо-рекреационного потенциала и туристической индустрии дестинации. Определение ключевых объектов туризма. Построение иерархической модели туристической дестинации от региона до аттракционного пункта. Моделирование туристических кластеров дестинации. Разработка карт-системы продвижения туристической дестинации. Применение методов мифотворчества туристических ресурсов и брендинга туристической дестинации. Обоснование оптимальной вместимости объектов туристической индустрии дестинации. Оценка сезонности и пропускной способности туристической индустрии дестинации.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ИНДУСТРИИ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля знаний |
|------------|---|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----|---------------------|------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСП | | | |
| | | | | | | лк | пз | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1 | Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии | 4 | | 6 | | | | [1, 2, 5, 7, 8] | Опрос, тест |
| 2 | Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии | 4 | | 6 | | | | [1–3, 5–10] | Контрольная работа № 1 |
| 3 | Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций | 4 | | 4 | | | | [1–3, 5–10] | Опрос, тест |
| 4 | Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии | 6 | | 2 | | | | [2, 4, 5–10] | Опрос, тест |
| 5 | Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции | 6 | | 6 | | | | [1, 4, 5, 7–10] | Контрольная работа № 2 |
| 6 | Продвижение турпродукта дестинаций | 8 | | 4 | | | | [3–8, 9, 11, 12] | Опрос |
| 7 | Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации | 8 | | 4 | | | | [1, 2, 4, 7, 9, 10] | Контрольная работа № 3 |
| | Всего часов | 40 | | 32 | | | | | Экзамен |

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»

ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ с учетом УСРС

| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля знаний |
|------------|---|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|-----------|---------------------|------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР | | | |
| | | | | | | лк | пз | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии | 4 | | 6 | | | 4 | [1, 2, 5, 7, 8] | Опрос, тест |
| 2 | Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии | 2 | | 6 | | 2 | 2 | [1–3, 5–10] | Контрольная работа № 1 |
| 3 | Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций | 2 | | 4 | | 2 | 2 | [1–3, 5–10] | Опрос, тест |
| 4 | Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии | 4 | | 2 | | 2 | | [2, 4, 5–10] | Опрос, тест |
| 5 | Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции | 4 | | 4 | | 2 | 2 | [1, 4, 5, 7–10] | Контрольная работа № 2 |
| 6 | Продвижение турпродукта дестинаций | 4 | | | | 4 | 2 | [3–8, 9, 11, 12] | Опрос |
| 7 | Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации | 4 | | | | 4 | | [1, 2, 4, 7, 9, 10] | Контрольная работа № 3 |
| | Всего часов | 24 | | 22 | | 16 | 10 | | Экзамен |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ИНДУСТРИИ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (СОКРАЩЕННЫЙ СРОК ОБУЧЕНИЯ)**

| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля знаний |
|------------|---|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----|---------------------|-----------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР | | | |
| | | | | | | ЛК | ПЗ | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | 8 | 9 |
| 1 | Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии | 2 | | - | | | | [1, 2, 5, 7, 8] | |
| 2 | Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии | 2 | | - | | | | [1–3, 5–10] | |
| 3 | Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций | - | | 2 | | | | [1–3, 5–10] | |
| 4 | Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии | 1 | | 2 | | | | [2, 4, 5–10] | |
| 5 | Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции | - | | 1 | | | | [1, 4, 5, 7–10] | |
| 6 | Продвижение турпродукта дестинаций | - | | 2 | | | | [3–8, 9, 11, 12] | |
| 7 | Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации | 1 | | 1 | | | | [1, 2, 4, 7, 9, 10] | |
| | Всего часов | 6 | | 8 | | | | | Экзамен |

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

(ИНТЕГРИРОВАННЫЕ С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ПРОГРАММАМИ СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ)

| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля знаний |
|------------|---|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----|---------------------|-----------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР | | | |
| | | | | | | ЛК | ПЗ | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1 | Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии | - | | 2 | | | | [1, 2, 5, 7, 8] | |
| 2 | Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии | - | | 2 | | | | [1–3, 5–10] | |
| 3 | Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций | 2 | | - | | | | [1–3, 5–10] | |
| 4 | Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии | 2 | | 1 | | | | [2, 4, 5–10] | |
| 5 | Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции | 1 | | - | | | | [1, 4, 5, 7–10] | |
| 6 | Продвижение турпродукта дестинаций | 2 | | - | | | | [3–8, 9, 11, 12] | |
| 7 | Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации | 1 | | 1 | | | | [1, 2, 4, 7, 9, 10] | |
| | Всего часов | 8 | | 6 | | | | | Экзамен |

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Геоэкономика туристической индустрии»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Нормативные и законодательные акты

О туризме : Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 1999 г., № 326-З в ред. Закона Респ. Беларусь от 18 июля 2016 г. № 410-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 23.07.2016, 2/2408) <Н11600410>

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 210 с.
2. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 273 с.

Дополнительная:

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

4. Предложения реформ, направленные на улучшение состояния въездного туризма : аналитический отчет в рамках проекта «РЕФОРУМ» [Электронный ресурс] / Д. Г. Решетников, М. В. Боровко, Р. Н. Костицын, А. И. Тарасенок. — Минск, 2016. — 96 с. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/83283>. — Дата доступа: 17.02.2021.

5. Тарасенок, А.И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристических дестинаций: учебно-методическое пособие. Минск.: РИПО, 2014. — 144 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. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (на примере Республики Беларусь) : монография / А. И. Тарасенок. — Минск : БГЭУ, 2016. — 199 с.

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


9. Ульяновченко, Л. А. Региональные туристские комплексы и кластеры: монография / Л. А. Ульяновченко, М. В. Виноградова, И. Г. Гладская. - Москва: РУСАЙНС, 2016. - 151 с.

10. Морозов, М.А. Экономика туристских дестинаций. (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура). Монография. / Морозов М.А., Морозова Н.С. - Москва: Русайнс, 2021. - 148 с.

11. 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.

12. 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.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

| Название учебной дисциплины, 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) |
|---|--|---|---|
| Национальная экономика Беларуси | Кафедра национальной экономики и государственного управления | нет  | Учебную программу по учебной дисциплине «Геоэкономика туристической индустрии» рекомендовать к утверждению (протокол № 8 от 11.03.2021) |

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 20__/20__ учебный год

| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
| | | |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления туристической индустрией (протокол № ___ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент _____

О.В. Ежель

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета коммерции
и туристической индустрии _____

А.И. Ерчак