|  |  |
| --- | --- |
| Название модуля по выбору студента | **Модуль 2 "Инновационные формы взаимодействия в сфере туризма"** |
| Специальность | 1-25 80 01 “Экономика” |
| Профилизация | Экономика и управление туристическими комплексами и территориями |
| **Название учебной дисциплины 1** | **Антропология туризма и культурные ресурсы** |
| Курс, семестр | Курс 1, семестр 1 |
| Количество аудиторных часов | 42 часа (18 лекции, 24 семинарские занятия) |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 зач. ед. |
| Лектор | Самусик Андрей Федорович, кандидат исторических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Памятники истории и культуры |
| Содержание учебной дисциплины | 1. Социальная и культурная антропология туризма 2. Туризм как межнациональное социокультурное явление 3. Антропологические основы отдельных видов туризма 4. Культурные ресурсы в туризме 5. Этнокультурная составляющая современных экскурсионных программ 6. Туристическая индустрия в социокультурном пространстве 7. Антропологические подходы к организации туристического пространства на современном этапе |
| Рекомендуемая литература | 1. Воронкова, Л.П. Антропология туризма : зеркало для человека путешествующего / Л.П. Воронкова // Научное обозрение. – Серия 2 : Гуманитарные науки. – 2013. – № 1-2. – С. 141–148;  2. Burns, P.М. An Introduction to Tourism and Anthropology / P.М. Burns. – London ; New York : Routledge, 1999. – XIII, 188 p.  3. Chambers, E. Native Tours : The Anthropology of Travel and Tourism / Е. Chambers. – Long Grove : Waveland Press, 2009. – 140 p. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Особых требований к изучению дисциплины не предъявляется. Результатом изучения дисциплины станет понимание различных типов культур, пути их преобразования, мотивационную взаимосвязь с международным туризмом и путешествиями и уметь использовать при проектировании турпродукта. |
| Кафедра | Экономической истории |
| **Название учебной дисциплины 2** | **Предпринимательство и бизнес в сфере туризма (на англ. языке)** |
| Курс, семестр | Курс 1, семестр 2 |
| Количество аудиторных часов | 36 часов (18 лекции, 18 семинарские занятия) |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 зач. ед. |
| Лектор | Ежель Оксана Викторовна, канд.экон.наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Организация туризма, Менеджмент туристической индустрии |
| Содержание учебной дисциплины | 1. Экономическая природа туризма: виды и значение. Предпринимательская среда функционирования туризма 2. Условия и факторы развития предпринимательской деятельности в туризме. Инфраструктура индустрии гостеприимства 3. Предпринимательские структуры индустрии туризма как объект управления. Формы объединений в индустрии гостеприимства 4. Учреждение предприятия в сфере туризма 5. Внутрифирменное предпринимательство: сущность, цели и основные направления реализации. 6. Формы сотрудничества в сфере туризма. Предпринимательский договор 7. Основы культуры предпринимательства. 8. Формы социальной ответственности предпринимателя 9. Эффективность предпринимательской деятельности |
| Рекомендуемая литература | 1. Гомилевская, Г. А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебник / Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 190 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана. 2. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Ю. Баранова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 180 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана. 3. Яковлев, Г. А. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Яковлев Г.А., - 2-е изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 313 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: http://www.znanium.com/catalog.php, ограниченный. – Загл. с экрана. |
| Язык обучения | Английский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Особых требований к изучению дисциплины не предъявляется, кроме владения английским языком. Основной целью дисциплины является формирование у студентов целостного представления о логике предпринимательской активности в туристской сфере. Особое внимание уделяется практическим вопросам реализации предпринимательских идей, планирования деятельности предпринимателя, формам и методам производственно-коммерческой деятельности, используемых в деятельности туристских фирм, изучению нормативных актов, которые регламентируют предпринимательскую деятельность в сфере туризма; изучение этапов создания организационно-правовых форм предприятий и фирм туриндустрии; изучение механизма функционирования предприятий и фирм туристической отрасли; ознакомление с основами построения взаимоотношений предпринимателя с хозяйствующими партнерами. |
| Кафедра | Экономики и управления туристической индустрией |
| **Название учебной дисциплины 3** | **Корпоративные стратегии в сфере туризма (на англ. языке)** |
| Курс, семестр | Курс 1, семестр 2 |
| Количество аудиторных часов | 48 часов (24 лекции, 24 семинарские занятия) |
| Трудоемкость учебной дисциплины | 3 зач. ед. |
| Лектор | Шаврук Юлия Александровна, канд.экон.наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Перспективные виды туризма: выявление, конструктивность, продвижение |
| Содержание учебной дисциплины | 1.Основы корпоративной стратегии  2.Понятие стратегии  3. Секторный анализ  4. Ресурсы и компетенции  5. Природа и источники конкурентного преимущества  6. Различные бизнес-стратегии и сектора  7. Технологии и управление инновациями  8. Групповые стратегии  9. Реализация стратегии  10.Корпоративная интеграция в сфере туризма  11. Формы интеграционного взаимодействия субъектов хозяйствования в сфере туризма  12.Основные методы анализа эффективности корпоративной интеграции в сфере туризма |
| Рекомендуемая литература | 1.Кузнецов А.В. Конкурентные стратегии международного бизнеса. Мн. Изд-во «Вышэйшая школа».2004  2. Tribe J. Corporate Strategy for Tourism. Intl Thomson Business Pr. 2014 – 225 P.  3. Sigliano K. Digital transformation strategies in tourism.  Sales and marketing strategy Pr. 2017 – 65 P. |
| Язык обучения | Английский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | Особых требований к изучению учебной не предъявляется. Целью учебной дисциплины является формирование глубоких знаний, направленных на развитие способности анализировать и решать проблемы, связанные с корпоративными стратегиями, с особым акцентом на сферу туризма. Эта цель достигается путем изучения основных теоретических подходов к корпоративной стратегии, фундаментальных методов и методов стратегического и прогнозного анализа, применяемых к туризму. |
| Кафедра | Кафедра экономики и управления туристической индустрией |