

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет
Кафедра Социокультурного туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Социологический факультет

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.10 Управление стратегической деятельностью и развитием туризма
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 43.04.02 - Туризм

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20____ г. №_____

Профиль – Организация и управление турбизнесом (для набора 2023)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Целями изучения дисциплины «Управление стратегической деятельностью и развитием туризма» является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии планирования туристской деятельности; развитие навыков формирования, на основе принципов стратегического планирования, программ развития туризма на различных уровнях.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение методов и принципов стратегического планирования в сфере туризма;
 - изучение подходов и существующих моделей планирования и прогнозирования туристской деятельности;
- определение тенденций и особенностей в планировании туризма;
 - рассмотрение направлений оптимизации системы текущего и перспективного планирования в индустрии туризма;
 - определение основ и перспектив стратегического планирования туризма на государственном и региональном уровнях.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Управление стратегической деятельностью и развитием туризма» является дисциплиной обязательной части в рамках учебного плана, разработанного в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 43.04.02 Туризм, магистерская программа: Организация и управление турбизнесом. Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы, таких как: «Формирование стратегических программ развития туризма», «Управление рисками в сфере туризма» и др.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 3	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	28	28
Лекционные (ЛК)	14	14
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	14	14

Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	80	80
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-2	ОПК-2.3. Определяет виды работ по организационной диагностике и организационному проектированию деятельности организаций сферы туризма. Уметь: анализировать	Знать: методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности; Уметь: анализировать существующие модели планирования в сфере туризма; Владеть: навыками организационного проектирования деятельности организаций туристской сферы
ОПК-2	ОПК-2.4. Осуществляет стратегический контроль деятельности организаций сферы туризма.	Знать: основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования Уметь: применять существующие методы стратегического планирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма Владеть: методами прогнозирования и планирования

		в индустрии туризма
ПК-1	Умеет эффективно осуществлять взаимодействие с заинтересованными лицами в процессе разработки концепции и стратегии развития, а также в достижении стратегических целей и задач в управлении туристской организацией	<p>Знать: современные концепции стратегического управления сложными системами</p> <p>Уметь: работать в команде и организовывать работу в командном стратегическом проекте</p> <p>Владеть: навыками работ по подготовке стратегических изменений; навыками применения выявленных потенциалов, зависимостей и рисков развития системы для выработки стратегических рекомендаций</p>
ПК-2	ПК-2.3. Умеет применять технологии стратегического планирования деятельности предприятий сферы туризма	<p>Знать: содержание стратегического планирования в сфере туризма</p> <p>Уметь: определять перспективные направления развития туристской деятельности на основе анализа факторов внешней и внутренней среды</p> <p>Владеть: навыками разработки стратегии развития туристического предприятия на основе принципов стратегического планирования</p>
ПК-2	ПК-2.4. Умеет разрабатывать стратегический план развития предприятий сферы туризма, как в целом по предприятию, так и по отдельным функциональным направлениям.	<p>Знать: систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии</p> <p>Уметь: прогнозировать развитие туристской индустрии</p> <p>Владеть: навыками разработки стратегических планов развития предприятий туристской сферы</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Содержание и принципы стратегического планирования	Содержание и принципы стратегического планирования	16	2	2	0	12
2	2.1	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	16	2	2	0	12
3	3.1	Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия	Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия	18	2	2	0	14
4	4.1	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	18	2	2	0	14
5	5.1	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	18	2	2	0	14
6	6.1	Стратегическое планирование туризма на государственном	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	22	4	4	0	14

		и региональном уровнях						
Итого				108	14	14	0	80

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Содержание и принципы стратегического планирования	Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование.	2
2	2.1	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.	2
3	3.1	Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия	Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка	2

			генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.	
4	4.1	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.	2
5	5.1	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы.	2
6	6.1	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой	4

			работы на федеральном и региональном уровнях.	
--	--	--	---	--

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Содержание и принципы стратегического планирования	Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование.	2
2	2.1	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.	2
3	3.1	Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия	Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.	2
4	4.1	Анализ	Анализ внешней и внутренней среды	2

		исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	<p>фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании.</p> <p>Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование.</p> <p>Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.</p>	
5	5.1	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	<p>Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке.</p> <p>Ценовая конкуренция.</p> <p>Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов.</p> <p>Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг.</p> <p>Стратегии конкурентной борьбы.</p>	2
6	6.1	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	<p>Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории.</p> <p>Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.</p>	4

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	<p>Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование».</p> <p>Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма.</p> <p>Информационное обеспечение планирования туристской деятельности.</p> <p>Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование.</p>	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;	12
2	2.1	<p>Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании.</p> <p>Прогнозирование как процесс разработки прогнозов.</p> <p>Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма.</p> <p>Классификация прогнозов: национальные, региональные,</p>	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;	12

		<p>корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.</p>		
3	3.1	<p>Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.</p>	<p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p>	14
4	4.1	<p>Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного</p>	<p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p>	14

		<p>предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.</p>		
5	5.1	<p>Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы.</p>	<p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p>	14
6	6.1	<p>Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.</p>	<p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p>	14

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Дашкова, Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учеб. пособие / Т. Л. Дашкова .- М. : Дашков и К° , 2011 .- 71 с
2. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2010. - 432 с.

5.1.2. Издания из ЭБС

- 1.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Косолапов, А.Б, Елисеева, Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева .- 5-е изд., стер.- М. : КноРус , 2011 .- 197 с.

5.2.2. Издания из ЭБС

- 1.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ГАРАНТ: информационно-правовой портал (действующие редакции федеральных законов)	http://www.garant.ru
Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) (действующие ГОСТ)	http://www.gostl.ru
БД Российской государственной	http://www.diss.rsl.ru

библиотеки «Электронная библиотека: библиотека диссертаций»	
БД «Научная электронная библиотека»	http://www.elibrary.ru
ЭБС «Лань»	http://www.lanbook.com
БД Российской государственной библиотеки	http://www.rsl.ru

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Средством оценки ответов на практических занятиях является выступление с презентацией или устное сообщение (доклад).

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное, сообщение по определённом вопросу.

Алгоритм подготовки доклада:

1. Определить тему и цель доклада.
2. Подобрать необходимый материал.
3. Составить план доклада.
4. Написать текст доклада (по необходимости).
5. Подготовить тезисы выступления.

6. Отрепетировать доклад в соответствии с критериями оценивания. Требования к работе:

1. Структура доклада имеет три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается: тема доклада, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы

2. Изложение материала должно быть связным, последовательным, эмоциональным, выразительным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

3. Соблюдение регламента выступления. На выходе мы имеем составленный устный текст, представляющий собой публичное развернутое, глубокое изложение определенной темы.

Общие правила оформления презентаций Общие требования:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот;

2. Количество слайдов должно быть не более 20;

3. При докладе рассчитывайте, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты;

4. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда;

5. По желанию можно раздать слушателям бумажные копии презентации.

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);

- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);

- 3 слайд – Цели и задачи работы;

- 4 слайд – Методы, применяемые в работе; 5...n слайд – Основная часть;

- n+1 слайд – Заключение (выводы);

- n+2 слайд – Список основных использованных источников;

- n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (Georgia, Palatino, Times New Roman);

2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

3. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы используются для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;

4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;

5. Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации;

2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый);

3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо);

4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку,

сопровождаться названиями;

2. Изображения (в формате jpg) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;

3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;

4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Анимация:

1. Анимация используется только в случае необходимости.

Разработчик/группа разработчиков:
Виктория Валерьевна Лиханова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20__ г.