

Учреждение образования
«Белорусский государственный технологический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

И. В. Войтов

« 01 »

07.

2024г

Регистрационный № УД-2908 /уч.

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Учебная программа учреждения образования по
учебной дисциплине для специальности
1-89 02 02 Туризм и природопользование

2024 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-89 02 02 – 2021, утвержденного и введенного в действие 12.04.2022 г., постановление № 86, учебного плана специальности 1-89 02 02, утвержденного 31.05.2021 г., рег. № 89-1-001/пр-уч.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Бессараб Дмитрий Александрович, доцент кафедры туризма, природопользования и охотоведения учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет», кандидат географических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Козорез Александр Иванович, начальник отдела охотничьего хозяйства Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь, кандидат с/х наук;
Подлиских Валерий Евгеньевич, и. о. заведующего кафедрой спортивного туризма и технологий в туристической индустрии Института менеджмента спорта и туризма УО «БГУФК», канд. биол. наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой туризма, природопользования и охотоведения учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет» (протокол № 11 от 19 июня 2024 г.)

Методической комиссией лесохозяйственного факультета учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет» (протокол № 10 от 20 июня 2024 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет» (протокол № 7 от 28 июня 2024 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность изучения учебной дисциплины «Современные формы организации туристической индустрии»

«Современные формы организации туристической индустрии» относится к числу специальных дисциплин, формирующих у будущих специалистов в области туризма и природопользования комплексное представление о функционировании предприятий туристической индустрии и современных подходах к организации обслуживания клиентов. Использование специалистами в своей профессиональной деятельности современных управленческих технологий, методов и форм работы будет способствовать повышению качества предоставляемых услуг, а также обеспечит рост конкурентоспособности предприятий отрасли.

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью дисциплины «Современные формы организации туристической индустрии» является профессиональная подготовка студентов по туризму и природопользованию по специальности 1–89 02 02 «Туризм и природопользование». В том числе теоретическая и практическая подготовка студентов в области организации и эффективного управления деятельностью предприятий сферы туристической индустрии, формирование и развитие профессиональных компетенций специалистов в области теории, методологии и практики организации их деятельности.

Задачи дисциплины состоят в изучении основ деятельности предприятий сферы туристической индустрии, изучении структуры и особенностей отраслевого рынка. Кроме того, в формировании практических навыков использования методологических и методических приемов в управлении деятельностью предприятий отрасли, организации труда менеджеров, а также работников трудового коллектива.

Требования к освоению учебной дисциплины

После изучения дисциплины студент должен:

знать:

- нормативно-правовую базу функционирования предприятий, учреждений отрасли;
- основные принципы организации работы предприятий сферы индустрии туризма;
- методы подбора и управления персоналом в специализированных предприятиях индустрии туризма;
- современные тенденции развития туристической индустрии;
- планирование показателей развития и прогнозирования деятельности предприятий отрасли;
- организацию учета, отчетности и анализа хозяйственной деятельности предприятий отрасли;

уметь:

- организовать эффективное функционирование предприятий сферы туристической индустрии;
- принимать управленческие решения в сфере бизнеса предприятий индустрии туризма;
- оценивать эффективность современных организационных структур предприятий индустрии туризма;

владеть:

- понятийным аппаратом, который применяется в сфере деятельности индустрии туризма;
- основными нормативно-правовыми актами, регулирующими деятельность сферы индустрии туризма;
- технологическими приемами в обслуживании гостей в сфере индустрии туризма;
- современным инструментарием по совершенствованию организационно-управленческих структур организации туристической индустрии;
- навыками процесса принятия управленческих решений и средствами их реализации;
- навыками построения подсистем планирования, организации, мотивации и контроля.

После изучения дисциплины студент должен владеть специализированной **компетенцией**

- Адаптировать современные формы ведения туристического бизнеса к потребностям рынка экологического 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 развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственно, социально-культурной и общественной жизни страны.

Программа предполагает дальнейшее практическое использование знаний, полученных при изучении дисциплины «Современные формы организации туристической индустрии», в профессиональной деятельности специалистов.

В процессе обучения рекомендуется использовать иллюстрации и слайды в соответствии с тематикой занятий, а лекции и практические занятия – проводить в специализированных аудиториях, имеющих необходимые средства обучения.

**План учебной дисциплины для
дневной формы получения высшего образования**

Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов			Форма промежуточной аттестации
				всего	ЛК	ПЗ	
4	7	96	3	50	32	18	зачет

**План учебной дисциплины для
дневной формы получения высшего образования (мобилизационный)**

Курс	Се- местр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов				Форма промежу- точной аттеста- ции
				всего	ЛК	ПЗ	УСР	
4	7	96	3	50	16	16	18	зачет

В системе подготовки студентов по специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование» дисциплина «Современные формы организации туристической индустрии» занимает важное место и связана с такими специальными дисциплинами, как «Гостиничный и ресторанный бизнес», «Технология и организация охотничьего туризма».

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Туристическая индустрия как совокупность субъектов и объектов туристической индустрии

Понятие «Туристическая индустрия». Ее состав и структура. Туроператоры и турагенты, как субъекты туристической деятельности. Услуга, связанная с организацией туристического путешествия. Заказчики, туристы, экскурсанты как участники туристической деятельности.

Тема 2. Формирование и развитие школ менеджмента как фактор становления массового туризма

Развитие менеджмента как науки (А. Смит, Р. Оуэн). Школа научного управления (Ф. Тейлор, Г. Гантт, Ф. и Л. Гилберт, Г. Эмерсон, Г. Форд). Начальный период, развитие элитарного туризма (Середина XIX в. – 1914 г.). Административная, или классическая, школа (А. Файоль, Л. Урвик, М. Вебер). Начало становления массового туризма (1 августа 1914 г. – 1 сентября 1939 г.). Школа человеческих отношений и поведенческих наук (Э. Мейо, М. Фоллет, А. Маслоу, Д. Хоманс). Этап массового туризма (2 сентября 1945 г. по настоящее время). Школа количественных методов управления (Л. Канторович, С. Новожилов). Формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

Тема 3. Организационные структуры и менеджмент туристической индустрии

Понятие и виды организационных структур управления, используемых в туристической индустрии. Понятие и составляющие элементы организационной структуры управления. Механистические и организационные структуры управления. Виды традиционных механистических структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональные. Особенности построения, преимущества и недостатки. Органические (адаптивные) структуры управления: проектная, матричная, сетевая, многомерная виртуальная. Особенности построения, преимущества и недостатки.

Тема 4. Процесс и функции управления в туристической индустрии

Сущность, цели и классификация методов управления организацией туристической индустрии. Организационно-распорядительные (административные) методы. Методы экономического стимулирования в системе менеджмента. Социально-психологические методы управления и их использование в практике современного менеджмента. Понятие и основные элементы процесса управления. Миссия и цели организаций туристической индустрии. Требования, предъявляемые к целям организации. Планирование деятельности. Мотивация как функция управления организаций. Контроль и координация деятельности организаций туристической индустрии.

Тема 5. Инновационный менеджмент как управленческая технология

Инновационный менеджмент как совокупность принципов и методов, инструментов управления инновационными процессами. Инновационная деятельность как совокупность видов работ по созданию и распространению инноваций. Основные элементы структуры инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура как подсистема структуры инновационной деятельности. Субъекты инновационной деятельности. Логика процесса совершенствования.

Тема 6. Система маркетинговой информации туристического предприятия

Концепция системы маркетинговой информации. Количественная и качественная маркетинговая информация. Демоскопическая и экоскопическая информация. Источники маркетинговой информации. Система внутренней и внешней маркетинговой информации туристического предприятия.

Тема 7. Процесс и методы маркетинговых исследований на туристическом предприятии

Сущность маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований по различным признакам. Определение проблемы и постановка цели исследования. Планирование исследования. Основные методы исследований. Характеристика процесса маркетингового исследования «наблюдение». Опрос как эффективный метод маркетингового исследования. Разновидности опроса. Инструментарий опроса. Особенности опросов по телефону. Метод исследования «эксперимент». Экспертные оценки как источник маркетинговой информации. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Система анализа маркетинговой информации.

Тема 8. Мотивы поведения потребителей туристических услуг

Понятия «мотив», «потребность». Внешние и внутренние мотивы. Рациональные и эмоциональные мотивы, их характеристика. Понятие «мотивация». Характеристика мотивационного процесса, его этапы и поведение потребителей на каждом из этапов. Основные теории мотивации. Теория иерархии потребностей А. Маслоу. Теория мотивации Д. Шварца, теории М. Рокича, Шета-Ньюмана-Гросса.

Тема 9. Жизненный цикл туристического продукта

Понятие «жизненный цикл товара». Этапы жизненного цикла товара: этап выведения на рынок, этап роста, этап зрелости, этап упадка. Выбор политики маркетинга при смене жизненного цикла товара. Разработка и внедрение на рынок нового туристического продукта.

Тема 10. Комплекс маркетинговых коммуникаций

Понятие и сущность маркетинговых коммуникаций. Роль коммуникаций в ведении туристического бизнеса. Целевые аудитории коммуникации. Основные элементы комплекса коммуникаций и их характеристика. Понятие ATL (above-the-line) – и BTL (below-the-line) – реклама. Разработка коммуникационной стратегии, ее этапы. Определение адресата и целей коммуникации. Формирование по-

ложительного имиджа туристической компании. Выбор структуры комплекса коммуникаций.

Тема 11. Связующие процессы в организации туристической индустрии.

Управленческое решение как связующий процесс

Управленческое решение. Требования к управленческим решениям. Виды решений в менеджменте: запрограммированные и незапрограммированные, решения-компромиссы, интуитивные и рациональные решения, решения, основанные на суждениях. Этапы принятия управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения. Методы принятия управленческих решений: неформальные, коллективные, количественные. Определение эффективности принимаемых управленческих решений.

Тема 12. Организация взаимодействия и полномочия

Стиль руководства, власть, влияние, лидерство. Их взаимосвязь. Виды организации власти. Формы управленческого воздействия. Классические стили руководства: демократический, авторитарный, либеральный. Их особенности, преимущества и недостатки. Управленческая сетка Р. Блейка и Дж. С. Моутон: сущность и назначение, классификация стилей в ней.

Тема 13. Система управление качеством

в деятельности предприятий туристической индустрии

Понятие «качество услуги». Показатели качества. Показатели качества материальной составляющей услуги (функциональные, эргономические, эстетические и т. д.). Показатели качества нематериальной составляющей услуги (надежность, доверительность, доступность, коммуникативность, внимательность). Базовое, ожидаемое и желаемое качество услуги. Техническое качество. Функциональное качество. Общественное (этическое) качество. Экологический комфорт. Функциональный комфорт. Эстетический комфорт. Сущность процессов стандартизации и сертификации. Стандарт как документ, гарантирующий качество услуги. Виды стандартов. Методы оценки качества услуг.

Тема 14. Стратегическое планирование

Сущность стратегического планирования. Миссия. Иерархия целей. Оценка и анализ внешней среды. Исследование сильных и слабых сторон. Выбор стратегии. Реализация стратегического плана. Тактика. Политика. Процедуры. Правила. Проблемы правил и процедур. Контроль за реализацией плана. Бюджеты. Управление по целям. Оценка стратегического плана. Проверка соответствия стратегии и структуры.

Тема 15. Система контроля на предприятиях туристической индустрии

Понятие контроля маркетинга. Цели и задачи контроля маркетинга туристического предприятия. Виды контроля (контроль результатов и его разновидности, стратегический контроль). Основные стадии процесса контроля маркетинга. Методы ревизии маркетинга. Внешний и внутренний аудиты, их достоинства и недостатки.

Тема 16. Туристическая дестинация как объект управления

Понятие «Туристическая дестинация». Дестинация в системе туризма. Сущность, основные черты и признаки туристических дестинаций. Отраслевая, территориальная и продуктовая структура туристических дестинаций. Типология туристических дестинаций. Процесс создания, направления и корректировки факторов, которые участвуют в создании туристического продукта.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методы обучения в рамках данной дисциплины соответствуют общим требованиям к формированию компетенций выпускника и основаны на принципах гуманизации, фундаментализации, компетентного подхода, социально-личностной подготовки и междисциплинарности.

Методологическими особенностями дисциплины «Современные формы организации туристической индустрии» являются принципы активного творческого мышления, направленности обучения на формирование самостоятельности суждений, мировоззренческой позиции. Дисциплина «Современные формы организации туристической индустрии» предполагает использование большого количества демонстрационного материала, дискуссионность общения и внедрение инновационных образовательных технологий при подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере туризма в высшей школе.

Чтение лекций по дисциплине целесообразно проводить с использованием презентаций и мультимедийного комплекса (компьютер и проектор). Рекомендуется просмотр учебных видеофильмов по отдельным тематикам. Для текущего контроля знаний студентов рекомендуется проводить различные виды тестирования.

ДИАГНОСТИКА КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТА

Для диагностики сформированности компетенций по дисциплине «Современные формы организации туристической индустрии» предусмотрен зачет.

Для текущего контроля и самоконтроля знаний, умений и навыков студентов по дисциплине можно использовать следующий диагностический инструментарий: реферат, подготовка презентаций, письменный опрос.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговую систему оценки знаний студентов.

Оценка учебных достижений студента осуществляется кафедрой поэтапно по темам дисциплины.

Обязательно использовать действующие законодательные и нормативные ведомственные документы.

Текущая аттестация проводится 2 раза в семестр путем письменного опроса.

Рекомендуется проведение письменного опроса по следующим темам:

1. Формирование и развитие школ менеджмента как фактор становления массового туризма.
2. Процесс и функции управления в туристической индустрии.
3. Инновационный менеджмент как управленческая технология.
4. Система маркетинговой информации туристического предприятия.

5. Процесс и методы маркетинговых исследований на туристическом предприятии.

6. Связующие процессы в организации туристической индустрии. Управленческое решение как связующий процесс.

7. Организация взаимодействия и полномочия.

8. Стратегическое планирование.

9. Туристическая дестинация как объект управления.

Отметка по текущей аттестации выставляется по итогам защиты индивидуальных заданий на практических занятиях, рефератов, презентаций, проверки письменных опросов и тетрадей для практических занятий по темам 1–5.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- формирование у обучаемых умений на основе данного им алгоритма деятельности и посылок на эту деятельность, содержащихся в условии задания (чтение учебной и научной литературы, конспектирование текста, учебно-исследовательская работа, использование видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.);

- формирование знаний-копий и знаний, позволяющих решать типовые задачи, познавательная деятельность обучаемых при этом заключается в чистом воспроизведении и частичном реконструировании, преобразовании структуры и содержания усвоенной ранее учебной информации;

- формирование у обучаемых знаний, лежащих в основе решения нетиповых задач, познавательная деятельность обучаемых при решении таких задач заключается в накоплении и проявлении во внешнем плане нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта;

- создание предпосылок для творческой деятельности, познавательная деятельность обучаемых при выполнении этих работ заключается в глубоком проникновении в сущность изучаемого объекта, установлении новых связей и отношений, необходимых для нахождения новых, неизвестных ранее принципов, идей, генерирования новой информации;

Студенты прорабатывают литературные источники из рекомендованного списка. Для проверки знаний студентов, полученных путем проработки литературы, вопросы (приложение 2) для самостоятельного изучения рекомендуется включать в контрольные работы.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Формирование и развитие школ менеджмента как фактор становления массового туризма.
2. Процесс и функции управления в туристической индустрии.
3. Инновационный менеджмент как управленческая технология.
4. Система маркетинговой информации туристического предприятия.
5. Процесс и методы маркетинговых исследований на туристическом предприятии.
6. Связующие процессы в организации туристической индустрии. Управленческое решение как связующий процесс.
7. Организация взаимодействия и полномочия.
8. Стратегическое планирование.
9. Туристическая дестинация как объект управления.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

№ п/п	Название литературы
	<i>Основная</i>
1	Кабушкин Н. И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – 8-е изд., – М. : Новое знание, 2009. – 336 с.
2	Кабушкин Н.И. Менеджмент туристической индустрии: учеб. пособие/ Н. И. Кабушкин, О. В. Ежель. – Минск : РИВШ, 2022. – 418 с.
3	Кнышова, Е. Н. Менеджмент гостеприимства / Е. Н. Кнышова, Ю. М. Белозерова. – Москва : Форум : Инфра-М, 2015. – 511 с.
4	Мескон, М. Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; под ред. О.И. Медведь. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 1997. – 665 с.
5	Котлер, Филип. Основы маркетинга Краткий курс Пер с англ – М Издательский дом «Вильямс», 2007 – 656 с.
	<i>Дополнительная</i>
6	Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие/ Н. И. Кабушкин. – М.: КноРус, 2016. – 413 с.
7	Уладова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии : учеб. пособие/ И. Б. Уладова, Н. М. Уладова, Е. А. Машинская. – 2-е изд., стер. – М. : Дашков и К, 2020. – 254 с.
8	Тележников, В. И. Менеджмент: учебник / В. И. Тележников. – Минск: БГЭУ, 2016.– 507 с.
9	Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под ред. М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 282 с.
10	Менеджмент: методы принятия управленческих решений : учеб. пособие / П. В. Иванов [и др.] ; под ред. П. В. Иванова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2021. – 276 с.
11	Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб.пособие для студентов вузов / С. С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 491с.

**Перечень контрольных вопросов для определения компетенций студентов
по дисциплине «Современные формы организации туристической индустрии»**

1. Этапы становления и развития индустрии гостеприимства.
2. Внутренние и внешние факторы развития мировой индустрии гостеприимства.
3. Гостиничный комплекс Республики Беларусь: состояние и основные направления развития.
4. Основные тенденции развития рынка ресторанных услуг в Республике Беларусь.
5. Классификация средств размещения в Республике Беларусь.
6. Понятие и признаки классификации гостиниц.
7. Модели организации гостинично-ресторанного бизнеса.
8. Гостиничные цепи: их сущность и значение в развитии современной гостиничной индустрии.
9. Основные характеристики услуг гостиничной индустрии.
10. Материально-техническая база гостиничного предприятия.
11. Сущность и формы хозяйственных связей объектов гостиничного комплекса.
12. Виды хозяйственных договоров.
13. Организационные методы управления.
14. Экономические методы управления.
15. Социально-психологические методы управления.
16. Инновационные методы управления.
17. Система основных служб гостиниц и особенности их функционирования.
18. Технологический цикл обслуживания клиентов в гостинице.
19. Сущность, задачи и основные направления организации труда.
20. Работа персонала гостиничного предприятия с клиентами.
21. Организация деятельности ресторанов и других объектов при гостинице.
22. Условия питания в ресторанах гостиничных комплексов.
23. Виды завтраков.
24. Понятие «качество услуги».
15. Сущность процессов стандартизации и сертификации.
26. Сертификация и стандартизация гостиничных услуг.

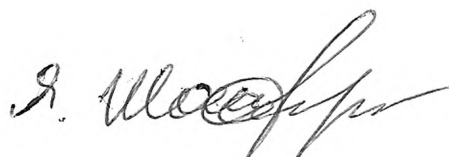
Вопросы для самостоятельной работы студентов

1. Понятие, структура и эволюция индустрии гостеприимства.
2. Классификация средств размещения.
3. Типология и классификация гостиниц.
4. Модели организации гостинично-ресторанного бизнеса.
5. Гостиничные услуги в структуре туристического обслуживания.
6. Материально-техническая база гостиничного предприятия.
7. Организация договорной работы.
8. Система управления гостиничным комплексом.
9. Основные службы гостиничного предприятия.
10. Технологический цикл обслуживания клиентов в гостинице.
11. Организация труда работников гостиничного комплекса.
12. Работа персонала гостиничного предприятия с клиентами.
13. Особенности организации деятельности ресторана в составе гостиничного комплекса.
14. Система управление качеством в деятельности гостиниц и ресторанов.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу
«Технология и организация охотничьего туризма»	Кафедра туризма, природопользования и охотоведения	Замечаний нет	Рекомендована к утверждению. Протокол № 11 от 19.06.2024 г.
«Гостиничный и ресторанный бизнес»	Кафедра туризма, природопользования и охотоведения	Замечаний нет	Рекомендована к утверждению. Протокол № 11 от 19.06.2024 г.

Зав. кафедрой ТПиО,
доцент



Я. А. Шапорова