

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

СПА И ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Международный и национальный туризм (китайский язык)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

СПА и велнес-туризм
Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):
к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 8 от 15.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	9
5. Оценка планируемых результатов обучения	9
5.1 Система оценивания	9
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
6.1 Список источников и литературы	14
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	15
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	16
9. Методические материалы	17
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	17
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	19
9.3 Иные материалы	19
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	21

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов систематизированных знаний об основных принципах развития курортного дела в России и за рубежом, тенденциях особенностях развития велнес и SPA-туризма, выработка навыков по проведению самостоятельных исследований в сфере велнес и SPA-туризма, которые могут иметь как теоретическое, так и практическое значение.

Задачи дисциплины:

- познакомиться с основами организации спа и велнес туров в России и мире;
- раскрыть особенности организации туров и программ оздоровления и восстановления;
- познакомить с техниками продвижения спа и велнес туров.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора	<p>Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли и рисков ведения туристского и гостиничного бизнеса; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере медицинского и SPA-туризма в контексте решения задач бизнеса с учетом туристских формальностей; критерии и условия выбора альтернатив в сфере медицинского и SPA-туризма; подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства</p> <p>Уметь: верно интерпретировать целесообразность и обязательности использования документационной формализации взаимоотношений между контрагентами в сфере медицинского и SPA-туризма, включая ключевые бизнес-процессы в обслуживании потребителей и туристов; проверять правильность (с точки зрения правового и экономического анализа) составления документов по структуре и содержанию; верно соотносить документационную основу обслуживания потребителей и туристов с бизнес-процессами</p>

		<p>организаций в сфере медицинского и SPA-туризма</p> <p>Владеть: навыками оценки ресурсов территорий и компаний в индустрии туризма и гостеприимства для эффективного формирования санаторно-курортных продуктов.</p>
	<p>ПК -3.3. Умеет предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт</p>	<p>Знать: особенности представления информации о Спа и веллнес услугах</p> <p>Уметь: обсуждать детали договорных отношений с туроператорами в отношении спа и веллнес услуг</p> <p>Владеть: навыками реализации спа и веллнес услуг в составе турпакета</p>
<p>ПК-5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение</p>	<p>ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.</p>	<p>Знать: особенности разработки предложения со спа и веллнес</p> <p>Уметь: определять планы развития особенностей предоставления услуг в составе турпакетов</p> <p>Владеть: навыками представления оказываемых туристам услуг</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «СПА и веллнес-туризм» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Организационно-управленческая практика, Туристско-рекреационное проектирование, Управление проектами в туристской индустрии, Управление дестинациями (DMC / DMO).

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинг в индустрии туризма, MICE-туризм, Управление эффективностью и конкурентоспособностью туристского продукта, Обеспечение безопасности туризма.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	18
6	Семинары	24

6	Экзамен	18
Всего:		60

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Специфика деятельности в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма	<p>Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма. Типологии медицинского туризма. Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов. Понятие «велнес», тренды потребительских предпочтений с точки зрения внимания к здоровью и качеству жизни. Структура и особенности SPA-туризма. Классификация и характеристика объектов SPA. Классификация ISPA: комплексные, медицинские, минеральные воды, гостиничные, клубные, однодневные, круизные. SPA-дестинации. Маркетинговая макросреда в медицинском и SPA-туризме: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические). Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме. Составные части турпакета в медицинском и SPA-туризме.</p>
2	Правовые особенности медицинского туризма и SPA-туризма	<p>Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма. Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма. Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов. Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика. Страховые формальности. Правовые аспекты распределения ответственности в медицинском туризме. Аспекты покрытия и не покрытия страховкой тяжелых хронических заболеваний как драйвер международных туристских потоков в медицинском и SPA-туризме. Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг. Требования к</p>

		размещению и питанию клиентов в санаторно-курортных комплексах. Кадровый состав санаторно-курортного предприятия.
3	Участники рынка медицинского и SPA-туризма	<p>Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании. Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям. Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры. Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме. Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров.</p> <p>Маркетинговая микросреда (внутренняя и внешняя): фирмы, поставщики, смежники, маркетинговые посредники, клиентурные рынки, конкуренты, контактные аудитории в медицинском и SPA-туризме. Маркетинговый план в медицинском и SPA-туризме: анализ внешней среды, анализ потребителей, анализ конкурентов, параметры цен, загрузки, дохода, каналов продвижения, анализ целевой аудитории, сегментация рынка.</p>
4	Обслуживание потребителей в медицинском и SPA-туризме	<p>Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.</p> <p>Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме. Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.</p> <p>Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.</p> <p>Особенности экономической психологии, мотивации, поведенческих установок, предпочтений, производства и потребления туристских продуктов в индустрии туризма и гостеприимства людей старшего (третьего) возраста. Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков в медицинском и SPA-туризме для людей старшего (третьего) возраста в России и за рубежом.</p> <p>Важность соблюдения медицинских формальностей: обязательных и рекомендуемых.</p>

		<p>Основные заболевания, угрожающие туристам, по регионам и странам мира. Особенности профилактики и вакцинации, национальное и международное регулирование в сфере санитарно-эпидемиологической безопасности туристов. Примеры национальных политик и подходов: Европейский Союз, Австралия. Безопасность туристов. Международный опыт по разработке мер безопасности туризма.</p>
5	<p>Разновидности и тренды развития медицинского и SPA-туризма</p>	<p>Мировая география в медицинском и SPA-туризме. География медицинского и SPA-туризма в России. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов. Современные информационные технологии при организации деятельности комплекса лечебно-оздоровительного туризма. Активные виды оздоровления и курортная анимация в практике российских и зарубежных курортов. Особенности и современные тенденции туристского рынка в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного туризма. Факторы предпочтений, мотивации, предвосхищения и превышения ожидания клиентов при разработке туристских продуктов в медицинском и SPA-туризме. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.</p>
6	<p>Международный и российский опыт развития медицинского и SPA-туризма</p>	<p>Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями пациентов в зарубежные клиники. Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма. Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index). Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле. Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии. Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля: Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур. Ведущие международные курорты и их лучшие практики. Значение санаторно-курортного комплекса для экономики и социальной сферы в Российской Федерации. Этапы развития курортного дела: дореволюционный, советский, современный. Потенциал медицинского туризма в России. Перспективные ниши для въездного медицинского туризма. Традиции и особенности российской медицинской школы. Особенности отечественного</p>

	<p>физиотерапевтического лечения. Ассоциация медицинского туризма России.</p> <p>Аспекты рекреационного районирования в России.</p> <p>Ведущие федеральные курорты Российской Федерации.</p> <p>Анализ задач и инструментов наращивания объема экспорта медицинских услуг в Российской Федерации. Перспективы деятельности Федеральной некоммерческой организации «Российская Ассоциация Медицинского Туризма».</p> <p>Перспективные региональные «точки роста» в медицинском и SPA-туризме в Российской Федерации, аспекты специализации и кластеризации.</p>
--	--

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Экзаменационные для экзамена

1. Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA- туризма. Типологии медицинского туризма.
2. Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов.
3. Структура и особенности SPA-туризма. Классификация и характеристика объектов SPA.

4. Маркетинговая макросреда: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические) и их влияние в медицинском и SPA-туризме.

5. Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме. Составные части турпакета в медицинском и SPA-туризме.

6. Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма. Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма.

7. Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов.

8. Правовые аспекты распределения ответственности в медицинском туризме.

9. Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика.

10. Аспекты покрытия и не покрытия страховкой тяжелых хронических заболеваний как драйвер международных туристских потоков в медицинском и SPA-туризме.

11. Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности.

12. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг.

13. Требования к размещению и питанию клиентов в санаторно-курортных комплексах.

14. Кадровый состав санаторно-курортного предприятия.

15. Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании.

16. Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям.

17. Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

18. Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме. Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров.

19. Маркетинговая микросреда (внутренняя и внешняя): фирмы, поставщики, смежники, маркетинговые посредники, клиентурные рынки, конкуренты, контактные аудитории в медицинском и SPA-туризме.

20. Маркетинговый план в медицинском и SPA-туризме: анализ внешней среды, анализ потребителей, анализ конкурентов, параметры цен, загрузки, дохода, каналов продвижения, анализ целевой аудитории, сегментация рынка.

21. Особенности и современные тенденции туристского рынка в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного туризма. Факторы предпочтений, мотивации, предвосхищения и превышения ожидания клиентов при разработке туристских продуктов в медицинском и SPA-туризме.

22. Веллес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

23. Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.

24. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме. Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

25. Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.

26. Особенности экономической психологии, мотивации, поведенческих установок, предпочтений, производства и потребления туристских продуктов в индустрии туризма и гостеприимства людей старшего (третьего) возраста. Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков в медицинском и SPA-туризме для людей старшего (третьего) возраста в России и за рубежом.

27. Важность соблюдения медицинских формальностей: обязательных и рекомендуемых. Основные заболевания, угрожающие туристам, по регионам и странам мира.

28. Особенности профилактики и вакцинации, национальное и международное регулирование в сфере санитарно-эпидемиологической безопасности туристов. Примеры национальных политик и подходов: Европейский Союз, Австралия. Безопасность туристов. Международный опыт по разработке мер безопасности туризма.

29. Мировая география в медицинском и SPA-туризме. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

30. География медицинского и SPA-туризма в России. Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме. Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

31. Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями пациентов в зарубежные клиники.

32. Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма. Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index).

33. Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле.

34. Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии.

35. Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля: Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур.

36. Значение санаторно-курортного комплекса для экономики и социальной сферы в Российской Федерации. Этапы развития курортного дела: дореволюционный, советский, современный.

37. Потенциал медицинского туризма в России. Перспективные ниши для въездного медицинского туризма. Традиции и особенности российской медицинской школы. Особенности отечественного физиотерапевтического лечения. Ассоциация медицинского туризма России.

38. Аспекты рекреационного районирования в России. Ведущие федеральные курорты Российской Федерации.

39. Анализ задач и инструментов наращивания объема экспорта медицинских услуг в Российской Федерации. Перспективы деятельности Федеральной некоммерческой организации «Российская Ассоциация Медицинского Туризма».

40. Перспективные региональные «точки роста» в медицинском и SPA-туризме в Российской Федерации, аспекты специализации и кластеризации.

Темы контрольных работ

1. Краткая история и эволюция концепции СПА.
2. Составляющие теории и практики велнес.
3. Развитие и интеграция понятий «спа» и «велнес»
4. Стандарты понятийного аппарата индустрии спа и велнес
5. Категория гостинично-курортных спа.
6. Разновидности гостинично-курортных спа.
7. Структура и основные сегменты современной индустрии спа и велнес
8. Текущие тренды, определяющие динамику развития спа в индустрии гостеприимства
9. Международные спа-операторы на рынке гостеприимства
10. Основные направления услуг гостинично-курортных спа.
11. Спа-дестинации как сегмент индустрии гостеприимства.

12. Перспективы развития санаторно-курортного сегмента в направлении спа и велнес
13. Специфика развития спа в российских отелях.
14. Новые поколения клиентов спа и их влияние на тенденции развития индустрии
15. Этапы построения спа-бизнеса
16. Профессиональный консалтинг в сфере спа и велнес
17. Составляющие концепции спа-центра в отеле
18. Пред-проектная и проектная документация
19. Варианты управления спа-центрами в структуре отелей
20. Отличие спа-салона от велнес-центра
21. Оптимальная структура спа-центра в городском отеле
22. Оптимальная структура спа-центра в загородном отеле
23. Критерии выбора направлений услуг спа-центра в отеле
24. Особенности клиент-ориентированного сервиса в спа.
25. Основные принципы и критерии высокого сервиса
26. Стандарты обслуживания в гостинично-курортных спа
27. Состав сервисной документации
28. Структура сервисного протокола спа-специалиста
29. Структура сервисного протокола администратора рецепции
30. Скрипты и алгоритмы обслуживания
31. Система контроля качества сервиса в спа
32. Метод «таинственный клиент»
33. Категории персонала в индустрии спа и велнес
34. Должностные позиции спа-специалистов
35. Общие требования ко всем категориям персонала спа
36. Квалификационные требования к спа-специалистам
37. Специфика и категории административного персонала спа
38. Состав кадровой документации в спа-центре
39. Критерии оценки персонала спа
40. Рекрутирование и аттестация персонала спа
41. Система наставничества для новых специалистов
42. Методы мотивации сотрудников спа-центра
43. Командообразование в гостинично-курортном спа
44. Программы обучения и повышения квалификации персонала спа
45. Разработка уникальной концепции спа. Определение целевой аудитории и выбор дифференцирующей идеи»
46. Нормативные акты, регламентирующие создание и реализацию проектов спа и велнес
47. Типичные ошибки на этапе проектирования спа-центров в отелях
48. Требования к оборудованию и оснащению гостинично-курортных спа
49. Менеджмент проектов спа на разных этапах реализации
50. Варианты стилистического оформления интерьеров спа в отелях
51. Предпроектная и проектная документация
52. Выбор профессиональных косметических средств и расходных материалов
53. Требования к программному обеспечению бизнес-процессов в спа
54. Классификация спа-услуг в соответствии с требованиями российского законодательства
55. Категория медицинских спа на мировом рынке: история возникновения, разновидности. Специфика сегмента медицинских спа в России.
56. Санаторно-курортные учреждения как медицинские спа.
57. Медицинские услуги в предложении гостинично-курортных спа.
58. Медицинская косметология и ее интеграция в индустрию гостеприимства

59. Альтернативная и интегративная медицина в индустрии спа и велнес
60. Реабилитационные велнес-программы в отелях
61. Медицинская диагностика и мониторинг клиентов гостинично-курортных спа
62. Критерии здорового питания и принципы формирования меню спа-кухни.
63. Программы спа-питания в отелях и на курортах
64. Требования к организации спа-кухни на базе отеля
65. Структура меню спа-кафе (спа-ресторана)
66. Текущее бизнес-планирование деятельности спа в отеле.
67. Финансовый менеджмент в гостинично-курортном спа.
68. Бюджетирование гостинично-курортного спа. Структура операционных расходов спа-центра
69. Управление материальными и нематериальными активами
70. Стандартизация и Организация бизнес-процессов в спа-центре
71. Складской учет и инвентаризация
72. Управление розничными продажами в спа
73. Виды управленческой отчетности спа-менеджера в отеле
74. Особенности продвижения услуг спа и велнес
75. Внутренний маркетинг спа в отеле. Роль отдела маркетинга отеля в продвижении спа-услуг. Малозатратные инструменты маркетинга гостиничного спа.
76. Подарочные сертификаты и специфика их использования в гостинично-курортных спа
77. Специфика рекламы спа-услуг
78. Интернет –маркетинг и продвижение спа в социальных сетях
79. Клубная форма работы с постоянной клиентурой в индустрии спа и велнес
80. Стратегии привлечения клиентов из числа местных жителей
81. Использование кросс-промоушена и туристических агентств в продвижении спа/велнес-услуг
82. Этика общения с клиентами спа как основа высокого сервиса
83. Спа-этикет – нормы и правила взаимоотношений между персоналом и клиентами
84. Этический кодекс гостей и клиентов спа в отеле
85. Организационная и корпоративная культура в спа – условие комфортного пребывания гостей

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114712&sr=1

Колодий Н. А. Новая экономика – экономика впечатлений: учебное пособие. / Н. А. Колодий / Институт истории, международных и социальных исследований Ольборского университета, 2010. – 329 с. (4 экз.)

Котлер Ф., Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник М.: Юнити-Дана, 2015 / http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114713&sr=1

Рассохина Т. В. Менеджмент туристских дестинаций: учебник М.: Советский спорт, 2014 / http://biblioclub.ru/index.php?page=author_red&id=97885

Назарка В. А., Владыкина Ю. О. Воротникова Е. Ю., Комарова О. С., Малетин С. С. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие Новосибирск: НГТУ, 2014 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436302&sr=1

Поведение потребителей М.: Юнити-Дана, 2015 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438&sr=1

Дополнительные

Сайт Всемирной туристской организации (World Tourism Organization) <http://www.world-tourism.org>

Сайт Ассоциации туроператоров <http://www.ator.ru>

Сайт научного журнала Tourism Management, ELSEVIER Publishing
<https://www.journals.elsevier.com/tourism-management>

European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org>

Сайт научного журнала Journal of Sustainable Tourism, Taylor and Francis Group
<https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current>

Литература

Основная

1. Никитина О. А. История курортного дела и спа-индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / О.А. Никитина. 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 183 с. – (Серия: Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/istoriya-kurortnogo-dela-i-spa-industrii-438969>

2. Барчуков И. С. Санаторно-курортное дело [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 «Менеджмент организации» и направлениям сервиса и туризма (10000) / И.С. Барчуков. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 303 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028582>

3. Быстров С. А. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.А. Быстров. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2019. - 432 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1034526>

Дополнительная

4. Ветитнев А. М. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма [Электронный ресурс]: монография / А.М. Ветитнев, А.А. Киселева, А.Л. Конторских. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 158 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1027030>

5. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Скобкин. - Москва: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 496 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/554704>

6. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma-441186>

7. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente-433839>

8. Большаник П. В. Туристское страноведение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ П.В. Большаник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 241 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1026295>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Информационная справочная система «Атлас турмаршрутов России» (платформа / турагрегатор поиска, бронирования маршрутов, событий и экскурсий по всей России от РГО): <http://turatl.ru/>
Информационная справочная система «Tripster – база экскурсий и экскурсоводов по всему миру»: <https://experience.tripster.ru/>

База данных «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>

База данных «Список нематериального культурного наследия и Реестр передового опыта охранной деятельности ЮНЕСКО»: <https://ich.unesco.org/en/lists>
 База данных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО: <https://whc.unesco.org/ru/list/>
 Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со

специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 Специфика деятельности в рамках медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Основная терминология в области медицинского, лечебного, оздоровительного и SPA-туризма.

Типологии медицинского туризма.

Курорты и лечебно-оздоровительный туризм. Классификация курортных факторов, механизмы их лечебно-оздоровительного действия. Типология курортов.

Маркетинговая макросреда в медицинском и SPA-туризме: основные факторы (демографические, экономические, политические, культурные, научно-технические, природные и экологические).

Понятие турпродукта в медицинском и SPA-туризме. Основные свойства турпродукта в медицинском и SPA-туризме.

Ресурсная основа как источник туристского продукта в медицинском и SPA-туризме.

Тема 2 Правовые особенности медицинского туризма и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Особенности формирования российского законодательства в области медицинского и SPA-туризма.

Система государственного регулирования в области медицинского и SPA-туризма.

Основные аспекты законодательства, регламентирующие деятельность курортов.

Визовые формальности. Тенденция упрощения получения медицинской визы, международная практика.

Типы и виды рекреационно-реабилитационных учреждений в Российской Федерации, правовые особенности их деятельности.

Тема 3 Участники рынка медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Участники рынка медицинского туризма: медицинский персонал, клиники, туроператоры, турагенты, страховые компании, ассистанс-компании, юридические и транспортные компании.

Структура рынка организованного туризма в медицинском и SPA-туризме и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям.

Роль и задачи туроператора на туристском рынке в медицинском и SPA-туризме.

Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

Правовые основы расчетов в туроперейтинге в медицинском и SPA-туризме.

Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров

Тема 4 Обслуживание потребителей в медицинском и SPA-туризме

Вопросы для обсуждения:

Программа обслуживания потребителей лечебно-оздоровительного туризма, особенности разработки и реализации технологических процессов в медицинском и SPA-туризме.

Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами в медицинском и SPA-туризме.

Программы лояльности, формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

Виды выставочных мероприятий в медицинском и SPA-туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения продуктов.

Тема 5 Разновидности и тренды развития медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Мировая география в медицинском и SPA-туризме.

География медицинского и SPA-туризма в России.

Инфраструктурная, рекреационная и ресурсная составляющие в медицинском и SPA-туризме.

Методы курортного лечения. Функциональные возможности каждого типа лечебных ресурсов.

Современные информационные технологии при организации деятельности комплекса лечебно-оздоровительного туризма.

Активные виды оздоровления и курортная анимация в практике российских и зарубежных курортов.

Тема 6 Международный и российский опыт развития медицинского и SPA-туризма

Вопросы для обсуждения:

Формирование глобального рынка в медицинском туризме, опыт направления страховыми компаниями пациентов в зарубежные клиники.

Соотношения факторов конкурентоспособности дестинаций медицинского туризма.

Индекс медицинского туризма (Medical Tourism Index).

Анализ модели развития медицинского туризма в Южной Корее и Израиле.

Анализ рынка медицинского туризма Китая, Индии, Юго-Восточной Азии.
 Другие страны, лидирующие в приеме медицинских туристов, особенности их профиля:
 Мексика, Венгрия, Турция, Таиланд, Сингапур.
 Ведущие международные курорты и их лучшие практики.
 Аспекты рекреационного районирования в России. Ведущие федеральные курорты
 Российской Федерации.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной

дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

По согласованию с преподавателем, материалы письменной работы и презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовок), 18-36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - формирование базы теоретико-практических знаний для принятия научно-обоснованных решений, обеспечивающих развитие туристской индустрии. В процессе изучения дисциплины у будущих специалистов формируется представление об основных составляющих процесса экономики впечатлений; приобретает комплекс знаний о туристском образе, что составляет основу экономики впечатлений.

Задачи дисциплины:

- привить навыки работы с категориями и терминами, используемыми в рамках экономики впечатлений;
- изучить основные инструменты создания эффектов впечатлений и ощущений у туристов;
- сформировать практические навыки исследования экономических процессов с учетом экономики впечатлений.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора

ПК -3.3. Умеет предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующего туристский продукт

ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли и рисков ведения туристского и гостиничного бизнеса; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере медицинского и SPA-туризма в контексте решения задач бизнеса с учетом туристских формальностей; критерии и условия выбора альтернатив в сфере медицинского и SPA-туризма; подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства

Уметь: верно интерпретировать целесообразность и обязательности использования документационной формализации взаимоотношений между контрагентами в сфере медицинского и SPA-туризма, включая ключевые бизнес-процессы в обслуживании потребителей и туристов; проверять правильность (с точки зрения правового и экономического анализа) составления документов по структуре и содержанию; верно соотносить документационную основу обслуживания потребителей и туристов с бизнес-процессами организаций в сфере медицинского и SPA-туризма

Владеть: навыками оценки ресурсов территорий и компаний в индустрии туризма и гостеприимства для эффективного формирования санаторно-курортных продуктов.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.