

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

OPEN SYSTEMS TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY

ТЕХНОЛОГИИ ОТКРЫТЫХ СИСТЕМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Cultural Heritage Management and Sustainable Tourism»

«Сохранение культурного наследия и устойчивый туризм»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

«Технологии открытых систем в индустрии туризма»
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	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1 Система оценивания	8
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	12
6.1 Список источников и литературы	12
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	13
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	14
9. Методические материалы	15
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	15
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	17
9.3 Иные материалы	19
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	20

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать у студентов магистратуры компетенции, позволяющие определять привлечение ресурсов и технологий других компаний для быстрого и эффективного решения задач туркомпании.

Задачи дисциплины:

- 1) способствовать применению стандартов открытых процессов де-факто и де-юре;
- 2) познакомить с практиками внедрения современных технологий для стартапа;
- 3) познакомить с технологиями сотрудничества с сетями «экспертов».

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК- 6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2 - Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	Знать: основы построения инновационной составляющей в структуре операционной деятельности туристической компании Уметь: анализировать задачи, поставленные в сфере туризма Владеть: навыками интерпретации результатов, полученных в рамках декомпозиции туристско-ориентированных задач.
	УК-6.4 - Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	Знать: основы обработки и интерпретации поступающей информации из внешней и внутренней организационной среды Уметь: обрабатывать информацию и формировать свои собственные точки зрения Владеть: навыками формирования собственного мнения и предложений на основе анализа туристической и сопутствующей информации.
ОПК-1 - Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	ОПК-1.1 - Формирует технологическую концепцию туристского предприятия	Знать: технологии решения задач в рамках туристического проекта Уметь: фокусироваться на результатах при решении проблем Владеть: навыками оценки проектов
ОПК-2 - Способен	ОПК-2.3 - Осуществляет	Знать: основные аспекты

осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	управление процессом организационной диагностики и организационного проектирования деятельности предприятий сферы туризма	обеспечения наилучшего соответствия полученных результатов ожиданиям на предприятиях индустрии туризма Уметь: устанавливать ориентиры для результатов в рамках парадигмы открытых инноваций в туризме Владеть: навыками применения концепций открытых инноваций при решении проблем проектов, ориентированных на туризм
ОПК-3 - Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК-3.3 - Внедряет системы управления качеством на предприятиях сферы туризма	Знать: системы менеджмента качества и правила эксплуатации при построении отношений с потенциальными деловыми партнерами. Уметь: внедрять, контролировать и развивать системы качества операционных процессов в туризме. Владеть: навыками управления операционной структурой в сфере туризма
ОПК-5 - Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1 - Применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма	Знать: технологии и методы стратегического анализа в туризме. Уметь: применять инструменты стратегического анализа в рамках отношений с заинтересованными сторонами туристического бизнеса. Владеть: навыками анализа результатов стратегического планирования туристических проектов

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Технологии открытых систем в индустрии туризма» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Методология исследовательской деятельности и академическая культура.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Практики маркетинговых исследований, Научно-исследовательский семинар "Открытый туризм: инновации, краудсорсинг, коллаборация", Интеллектуальная собственность и развитие туризма, Управление инвестиционными и инновационными проектами в туризме.

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
2	Лекции	10
2	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часа(ов).

The total labor intensity of the course is 3 credits, 108 academic hours.

The structure of the course for full-time education

The scope of discipline in the form of contact work of students with teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions, during training sessions:

Semester	Type of training session	Number of hours
2	Lectures	10
2	Seminars	20
Total:		30

The volume of the discipline (module) in the form of independent work of students is 60 academic hours (s).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	<p>Парадигма открытых и закрытых инноваций в туриндустрии</p> <p>The paradigm of open and closed innovations in the tourism industry</p>	<p>Открытая и закрытая модели инноваций. Факторы, определяющие туристскую инновационную систему. Типология инновационных систем и сетей. Инновационные сети и кластеры. Стратегические инновационные альянсы и партнерства в туриндустрии. Международные сети. Сети как знания. Влияние типа инновационных стратегий на построение туристских инновационных систем. Новые инновационные организационные формы. Инновационные и практические сообщества создания и использования знаний и компетенций, их вклад в создание ценности. Концепция практического сообщества. Опыт функционирования практических сообществ в крупных зарубежных компаниях и организациях.</p> <p>Open and closed models of innovation. Factors determining the tourist innovation system. Typology of innovative systems and networks. Innovation networks and clusters. Strategic innovation alliances and partnerships in the tourism industry. International</p>

		networks. Networks as knowledge. The influence of the type of innovation strategies on the construction of tourist innovation systems. New innovative organizational forms. Innovative and practical communities of creation and use of knowledge and competencies, their contribution to value creation. The concept of a practical community. Experience in the functioning of practical communities in large foreign companies and organizations.
2	<p>Совместное творчество и технологические процессы в туризме</p> <p>Collaborative creativity and technological processes in tourism</p>	<p>Совместное создание ценности для клиента, совместное творчество с туристами. Структура открытого туризма: содействие, использование, инициирование. Технологические процессы совместного творчества в туризме. Инновации через потребительское участие. Расширение прав и возможностей клиентов и повышение потребительского спроса. Парадигма совместного творчества в туризме. Технологии упрощения процессов совместного с туристами творчества: роль компаний, роль туристов, результат туристского опыта, уровень потребителей, инновации через ИКТ. Процесс геймификации в туризме</p> <p>Joint creation of value for the client, joint creativity with tourists. The structure of open tourism: promotion, use, initiation. Technological processes of joint creativity in tourism. Innovation through consumer participation. Empowering customers and increasing consumer demand. The paradigm of joint creativity in tourism. Technologies to simplify the processes of joint creativity with tourists: the role of companies, the role of tourists, the result of tourist experience, the level of consumers, innovation through ICT. The gamification process in tourism</p>
3	<p>Краудсорсинг в туризме: инновации с ограниченным бюджетом</p> <p>Crowdsourcing in tourism: innovations with a limited budget</p>	<p>Краудсорсинговая структура решения: организация, оптимизация, генерация идей, анализ. Трансформации в цепочке создания стоимости в туризме. Краудсорсинг в маркетинге, продаже и сервисе. Мотивация поиска открытых инноваций и краудсорсинг в туризме. ОИС (сообщества он-лайн инноваций). Роль практических знаний и открытые инновации в туризме. Принципы и подходы туристских инноваций. Рамки инноваций с «открытым опытом». Дестинация как открытая инновационная система. Нетнография как источник идей. Ресурсы анализа требований туристов и предложений компаний. Инициативное бюджетирование в туризме.</p> <p>Crowdsourcing solution structure: organization, optimization, idea generation, analysis. Transformations in the value chain in tourism. Crowdsourcing in marketing, sales and service.</p>

		Motivation for the search for open innovation and crowdsourcing in tourism. OIC (Online Innovation Communities). The role of practical knowledge and open innovation in tourism. Principles and approaches of tourism innovations. Innovation framework with "open experience". Destination as an open innovation system. Nethnography as a source of ideas. Resources for analyzing the requirements of tourists and offers of companies. Proactive budgeting in tourism.
4	<p>Маркетинг проектов открытых инноваций в туризме</p> <p>Marketing of open innovation projects in tourism</p>	<p>Тур-планеры и лог дата в туризме. Маркетинговый анализ использования ресурса планирования «сититур». Маркетинг открытых источников. Открытые ресурсные сети и маркетинговое продвижение. Коллаборативный маркетинговый подход. Мотивация туристов в маркетинге проектов с открытыми источниками (OSM): гедонистическая, прагматическая, социальная мотивация. Мультиканальная интеграция продвижения туристских проектов.</p> <p>Tour-gliders and log data in tourism. Marketing analysis of the use of the planning resource "cititur". Open source marketing. Open resource networks and marketing promotion. Collaborative marketing approach. Motivation of tourists in the marketing of open source projects (OSM): hedonistic, pragmatic, social motivation. Multi-channel integration of tourism project promotion.</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 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	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

5.1 Grading system

Form of control	Max. number of points	
	For one unit	Total
Current control:		
- <i>poll</i>	5 points	30 points
- <i>participation in the discussion at the seminar</i>	5 points	10 points
- <i>control work (topics 1-2)</i>	10 points	10 points
- <i>control work (topics 3-4)</i>	10 points	10 points
Intermediate certification - exam		40 points
Total per semester		100 points

The resulting cumulative result is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (ECTS) in accordance with the table:

100- point scale	Traditional scale		ECTS scale
95 – 100	Excellent	passed	A
83 – 94			B
68 – 82	Good		C
56 – 67	Acceptable		D
50 – 55			E
20 – 49	Unpublishable	unpassed	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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	хорошо/ зачтено	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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	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. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Вопросы к экзамену:

1. Открытая и закрытая модели инноваций.
2. Факторы, определяющие туристскую инновационную систему.
3. Типология инновационных систем и сетей.
4. Инновационные сети и кластеры.
5. Стратегические инновационные альянсы и партнерства в туристской индустрии.
6. Международные сети. Сети как знания.
7. Влияние типа инновационных стратегий на построение туристских инновационных систем.
8. Новые инновационные организационные формы.
9. Инновационные и практические сообщества создания и использования знаний и компетенций, их вклад в создание ценности.
10. Концепция практического сообщества.

11. Опыт функционирования практических сообществ в крупных зарубежных компаниях и организациях.
12. Совместное создание ценности для клиента, совместное творчество с туристами. Структура открытого туризма: содействие, использование, инициирование.
13. Технологические процессы совместного творчества в туризме.
14. Инновации через потребительское участие. Расширение прав и возможностей клиентов и повышение потребительского спроса.
15. Парадигма совместного творчества в туризме.
16. Технологии упрощения процессов совместного с туристами творчества: роль компаний, роль туристов, результат туристского опыта, уровень потребителей, инновации через ИКТ.
17. Процесс геймификации в туризме.
18. Краудсорсинговая структура решения: организация, оптимизация, генерация идей, анализ.
19. Трансформации в цепочке создания стоимости в туризме.
20. Краудсорсинг в маркетинге, продаже и сервисе.
21. Мотивация поиска открытых инноваций и краудсорсинг в туризме.
22. ОИС (сообщества он-лайн инноваций). Роль практических знаний и открытые инновации в туризме.
23. Принципы и подходы туристских инноваций.
24. Рамки инноваций с «открытым опытом». Дестинация как открытая инновационная система.
25. Нетнография как источник идей.
26. Ресурсы анализа требований туристов и предложений компаний.
27. Инициативное бюджетирование в туризме.
28. Тур-планеры и лог дата в туризме.
29. Маркетинговый анализ использования ресурса планирования «сититур».
30. Маркетинг открытых источников.
31. Открытые ресурсные сети и маркетинговое продвижение.
32. Коллаборативный маркетинговый подход.
33. Мотивация туристов в маркетинге проектов с открытыми источниками (OSM): гедонистическая, прагматическая, социальная мотивация.
34. Мультиканальная интеграция продвижения туристских проектов.

Questions for the exam:

1. Open and closed innovation models.
2. Factors determining the tourist innovation system.
3. Typology of innovative systems and networks.
4. Innovation networks and clusters.
5. Strategic innovation alliances and partnerships in the tourism industry.
6. International networks. Networks as knowledge.
7. The influence of the type of innovation strategies on the construction of tourist innovation systems.
8. New innovative organizational forms.
9. Innovative and practical communities of creation and use of knowledge and competencies, their contribution to value creation.
10. The concept of a practical community.
11. Experience of functioning of practical communities in large foreign companies and organizations.
12. Joint creation of value for the client, joint creativity with tourists. The structure of open tourism: promotion, use, initiation.
13. Technological processes of joint creativity in tourism.

14. Innovation through consumer participation. Empowering customers and increasing consumer demand.
15. The paradigm of collaborative creativity in tourism.
16. Technologies to simplify the processes of joint creativity with tourists: the role of companies, the role of tourists, the result of tourist experience, the level of consumers, innovation through ICT.
17. The gamification process in tourism.
18. Crowdsourcing solution structure: organization, optimization, idea generation, analysis.
19. Transformations in the value chain in tourism.
20. Crowdsourcing in marketing, sales and service.
21. Motivation for the search for open innovations and crowdsourcing in tourism.
22. OIC (Online Innovation Communities). The role of practical knowledge and open innovation in tourism.
23. Principles and approaches of tourism innovation.
24. Framework of innovation with "open experience". Destination as an open innovation system.
25. Netnography as a source of ideas.
26. Resources for analyzing the requirements of tourists and offers of companies.
27. Proactive budgeting in tourism.
28. Tour gliders and loggers in tourism.
29. Marketing analysis of the use of the planning resource "cititur".
30. Open source marketing.
31. Open resource networks and marketing promotion.
32. Collaborative marketing approach.
33. Motivation of tourists in the marketing of open source projects (OSM): hedonistic, pragmatic, social motivation.
34. Multi-channel integration of the promotion of tourist projects.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Вершков, А. В. Управление инновационной деятельностью : учебное пособие / А. В. Вершков, А. К. Москалев. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. - 168 с. - ISBN 978-5-7638-4384-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818934> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Ичкитидзе, Ю. Р. Тренды инновационного развития: мировой опыт государственной поддержки новых отраслей : монография / Ю. Р. Ичкитидзе, С. Ю. Румянцева. - Санкт-Петербург : Издательско-полиграфическая ассоциация университетов России, 2016. - 314 с. - ISBN 978-5-91155-029-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1515574> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

дополнительные

Энциклопедия инновационных практик социально ориентированных некоммерческих организаций / под ред. Е. И. Холостовой, Г. И. Климаптовой. - Москва : Дашков и К, 2017. - 848 с. - ISBN 978-5-394-02849-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937265> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Развитие институтов инновационной экономики в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство: сборник трудов по материалам Международной научно-практической конференции 23 июня 2016 года, город Ярославль. - Москва : Научный консультант, 2016. - 524 с. - ISBN 978-5-9908699-5-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1023639> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Литература

Основная

Полухина, А. Н. Туризм: учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы / А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2021. - 52 с. - ISBN 978-5-8158-2234-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869355> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 98 с. - ISBN 978-5-4499-1557-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873212> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная

Тамочкина, О. А. Туризм: раскрывая творческий потенциал: Учебно-методическое пособие / Тамочкина О.А. - Волгоград:Волгоградский государственный аграрный университет, 2018. - 76 с.: ISBN. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007914> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<https://clustercollaboration.eu/> - европейская коллаборационная платформа

<https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/> - Федеральное агентство по туризму

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

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

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 SE; 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

Тема 1 Парадигма открытых и закрытых инноваций в туриндустрии

Вопросы для обсуждения:

Открытая и закрытая модели инноваций.

Факторы, определяющие туристскую инновационную систему.

Типология инновационных систем и сетей.

Инновационные сети и кластеры.

Стратегические инновационные альянсы и партнерства в туриндустрии.

Международные сети. Сети как знания.

Влияние типа инновационных стратегий на построение туристских инновационных систем.

Новые инновационные организационные формы.

Инновационные и практические сообщества создания и использования знаний и компетенций, их вклад в создание ценности.

Концепция практического сообщества.

Опыт функционирования практических сообществ в крупных зарубежных компаниях и организациях.

Список литературы:

Полухина, А. Н. Туризм: учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы / А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2021. - 52 с. - ISBN 978-5-8158-2234-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869355> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 98 с. - ISBN 978-5-4499-1557-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873212> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 2 Совместное творчество и технологические процессы в туризме

Вопросы для обсуждения:

Совместное создание ценности для клиента, совместное творчество с туристами.

Структура открытого туризма: содействие, использование, инициирование. Технологические процессы совместного творчества в туризме.

Инновации через потребительское участие.

Расширение прав и возможностей клиентов и повышение потребительского спроса.

Парадигма совместного творчества в туризме. Технологии упрощения процессов совместного с туристами творчества: роль компаний, роль туристов, результат туристского опыта, уровень потребителей, инновации через ИКТ.

Процесс геймификации в туризме

Список литературы:

Полухина, А. Н. Туризм: учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы / А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2021. - 52 с. - ISBN 978-5-8158-2234-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869355> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 98 с. - ISBN 978-5-4499-1557-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873212> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 3 Краудсорсинг в туризме: инновации с ограниченным бюджетом

Вопросы для обсуждения:

Краудсорсинговая структура решения: организация, оптимизация, генерация идей, анализ.

Трансформации в цепочке создания стоимости в туризме.

Краудсорсинг в маркетинге, продаже и сервисе.

Мотивация поиска открытых инноваций и краудсорсинг в туризме.

ОИС (сообщества он-лайн инноваций).

Роль практических знаний и открытые инновации в туризме.

Принципы и подходы туристских инноваций.

Рамки инноваций с «открытым опытом».

Дестинация как открытая инновационная система.

Нетнография как источник идей.

Ресурсы анализа требований туристов и предложений компаний.

Инициативное бюджетирование в туризме.

Список литературы:

Полухина, А. Н. Туризм: учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы / А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2021. - 52 с. - ISBN 978-5-8158-2234-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869355> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 98 с. - ISBN 978-5-4499-1557-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873212> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Тема 4 Маркетинг проектов открытых инноваций в туризме

Вопросы для обсуждения:

Тур-планеры и лог дата в туризме.

Маркетинговый анализ использования ресурса планирования «сититур».

Маркетинг открытых источников.

Открытые ресурсные сети и маркетинговое продвижение.

Коллаборативный маркетинговый подход.

Мотивация туристов в маркетинге проектов с открытыми источниками (OSM): гедонистическая, прагматическая, социальная мотивация.

Мультиканальная интеграция продвижения туристских проектов.

Список литературы:

Основная

Полухина, А. Н. Туризм: учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы / А. Н. Полухина. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2021. - 52 с. - ISBN 978-5-

8158-2234-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869355> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 98 с. - ISBN 978-5-4499-1557-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873212> (дата обращения: 30.04.2022). – Режим доступа: по подписке.

Материально-техническое обеспечение занятия:

- доска меловая
- компьютер и проектор.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

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 (заголовки), 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.

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 руководствуется 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.

Примеры вопросов для Контрольной работы

1.Формирование основных направлений кадровой политики на примере крупных представителей индустрии гостеприимства.

2.Основные принципы, процессы и подходы в области технологии рекрутинга: Screening, General recruitment, Selection, Executive search, др. на примере крупных представителей индустрии гостеприимства.

3.Роль топ-менеджмента при формировании основных направлений кадровой политики: приоритеты, адаптация, инновации, нормативная документация, обратная связь с персоналом, взаимодействие с кадровой службой на примере международных и национальных гостиничных сетей.

4.Взаимосвязь кадровой политики со структурными элементами бизнес-модели, бизнес-процессами, бизнес-реинжинирингом, жизненным циклом организации, стратегией развития предприятия индустрии гостеприимства на примере международных и национальных гостиничных сетей.

5.Основные особенности и специфические факторы ротации кадров на примере крупных представителей индустрии гостеприимства

6.Даунсайзинг, аутстафинг, лизинг персонала, аутсорсинг персонала, аутплейсмент на примере крупных представителей индустрии гостеприимства.

7.Ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators – KPI) для персонала и подразделений предприятий индустрии гостеприимства (на примере).

8. Формирование основных направлений кадровой политики и особенности управления персоналом в малом гостиничном бизнесе.

9. Инструменты адаптации организационной культуры международных гостиничных компаний при выходе на зарубежные рынки.

10. Основные подходы в области внутрифирменного обучения персонала, корпоративных тренингов, развития навыков межличностного общения, «эмоционального интеллекта», «софт скиллс» на примере международных и национальных гостиничных сетей.

9.3 Иные материалы

Тематика самостоятельных исследований:

Рекрутмент (рекрутинг), «хедхантинг», прямой поиск. Технологии рекрутинга: Screening, General recruitment, Selection, Executive search.

Роль линейных руководителей в отборе персонала. Функции руководителей различных уровней.

Особенности ротации кадров в индустрии туризма и гостеприимства. Делегирование полномочий.

Оценка и аттестация персонала. Кадровый аудит. Кадровый резерв.

Повышение квалификации и профессиональное развитие персонала

Основные аспекты обеспечения наилучшего соответствия персонала и основных технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.

Даунсайзинг, аутстафинг, лизинг персонала и аутплейсмент.

Подходы к мотивации и стимулированию персонала.

Подходы к построению внутрифирменного обучения

Бизнес-коучинг. Наставничество.

Особенности управления персоналом в малом гостиничном бизнесе.

Кадровая составляющая при проектировании системы управления качеством услуг в компании туризма и гостеприимства. Методы оценки качества: «тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности.

Механизмы предотвращения неблагоприятных факторов для развития кадрового потенциала предприятия: дискриминации, эйджизма, демотивации, конфликтной среды, текучести кадров, обструкции, абсентеизма, презентеизма, асимметрии и искажения информации других явлений.

Проектирование карьеры на примерах предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Виды и интерпретации карьер. Продвижение персонала.

Карьерограммы, инструменты управления карьерой и профессиональные ориентации на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства

Современный подход к управлению культурными различиями. Эффективная мультикультурная команда: создание и управление. Влияние конструктивизма.

Потенциал и целесообразность внедрения кросскультурных тренингов в международных компаниях и мультикультурных компаниях. Обучение мультикультурной группы. Методы и технологии поликультурного образования.

Теория спиральной динамики в гостеприимстве и ее практическое влияние на кадровую политику.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Цель дисциплины - сформировать у студентов магистратуры компетенции, позволяющие определять привлечение ресурсов и технологий других компаний для быстрого и эффективного решения задач туркомпании.

Задачи дисциплины:

- 1) способствовать применению стандартов открытых процессов де-факто и де-юре;
- 2) познакомить с практиками внедрения современных технологий для стартапа;
- 3) познакомить с технологиями сотрудничества с сетями «экспертов».

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

УК-6.2 - Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста

УК-6.4 - Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития

ОПК-1.1 - Формирует технологическую концепцию туристского предприятия

ОПК-2.3 - Осуществляет управление процессом организационной диагностики и организационного проектирования деятельности предприятий сферы туризма

ОПК-3.3 - Внедряет системы управления качеством на предприятиях сферы туризма

ОПК-5.1 - Применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: основы выстраивания инновационной компоненты в структуре операционной деятельности туристской компании

Уметь: анализировать поставленные задачи в туристской сфере

Владеть: навыками интерпретации полученных результатов в рамках декомпозиции задач туристской направленности

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

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

ABSTRACT OF THE COURSE

The discipline (module) is implemented at the Faculty of Oriental Studies and Social and Communication Sciences by the Department of Public Relations, Tourism and Hospitality.

The purpose of the discipline is to develop competencies among master's students that allow them to determine the attraction of resources and technologies of other companies to quickly and effectively solve the problems of a travel company.

Objectives of the discipline:

- 1) promote the application of open process standards de facto and de jure;
- 2) introduce the practices of introducing modern technologies for startups;
- 3) introduce technologies for cooperation with networks of “experts”.

As a result of mastering the discipline (module), the student must:

Know: the basics of building an innovative component in the structure of the operating activities of a tourism company

Be able to: analyze the tasks set in the tourism sector

Possess: skills in interpreting the results obtained within the framework of the decomposition of tourism tasks

The discipline (module) provides for intermediate certification in the form of an exam.

The total labor intensity of mastering the discipline (module) is 3 credit units.