

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГУКИ

_____ А. А. Корбут

« ____ » _____ 2016 г.

Регистрационный № УД-_____/уч.

**ПРАКТИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ
КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ**

**Раздел 3. Туризм в сфере международных
культурных связей**

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности 1-21 04 01 Культурология
(по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02
Менеджмент международных культурных связей*

Учебная программа составлена на основе Образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, рег. № Д 21-1-10/13 уч. от 27.06.13.

СОСТАВИТЕЛЬ

Н. Е. Шелупенко, доцент кафедры межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С. Н. Мизякина, доцент кафедры философии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских наук, доцент

Т. В. Карнажицкая, доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №10 от 19.05.2015);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 6 от 18.06.2015)

Ответственный за редакцию: О. М. Соколова

Ответственный за выпуск: Н. Е. Шелупенко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Практика международных культурных связей. Раздел 3. Туризм в сфере международных культурных связей» является важной составляющей профессиональной подготовки культуролога-менеджера и направлена на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления организационно-управленческой деятельности и международного культурного сотрудничества в сфере туризма.

Учебная дисциплина разработана с учетом специфики подготовки специалиста в сфере международных культурных связей и основывается на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Фундаментальная культурология», «Кросс-культурный менеджмент», «Проектный менеджмент в сфере международных культурных связей», «Правовое обеспечение международных культурных связей», «Реклама в сфере культуры».

Содержание учебной дисциплины направлено на формирование академических, социальных и профессиональных компетенций. В процессе изучения дисциплины, согласно требованиям образовательного стандарта, студенты должны:

АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способными порождать новые идеи (обладать креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем.

АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

САК-2. Быть способными к социальному взаимодействию.

САК-6. Уметь работать в команде.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу сферы культуры.

ПК-8. Анализировать и оценивать собранные сведения.

Цель учебной дисциплины – формирование системы знаний в области теории и практики туризма, международного культурного

турного сотрудничества в сфере туризма, навыков организации туристской деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение основных понятий теории туризма;
- формирование понимания специфики функционирования индустрии туризма;
- ознакомление с основами нормативно-правового регулирования сферы туризма на международном и национальном уровнях;
- усвоение знаний об особенностях межкультурной коммуникации в туризме;
- формирование навыков планирования и организации туристской деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны *знать*:

- особенности функционирования туристского рынка и организации туристской деятельности;
- основные функции, принципы и методы менеджмента в туризме;
- технологии туроперейтинга;
- направления и перспективы развития туризма в Республике Беларусь;
- особенности использования ресурсной базы культурного наследия в туристской деятельности.

Студенты должны *уметь*:

- применять полученный теоретический материал при решении практических задач;
- осуществлять проектную деятельность по созданию туристических маршрутов с учетом объективных условий социально-культурного, финансово-экономического и нормативно-правового характера;
- определять наиболее эффективные инструменты продвижения туристского продукта;
- анализировать и оценивать современное состояние и тенденции развития туризма в Республике Беларусь.

Студент должен *владеть*:

- терминологией и основными понятиями учебной дисциплины;
- методиками проектной деятельности в сфере туризма;

- современными технологиями организации туристской деятельности;
- методологией анализа рекреационно-туристического потенциала территории с целью формирования туристского продукта;
- навыками организации эффективного межкультурного взаимодействия в сфере туризма.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Практика международных культурных связей. Раздел 3. Туризм в сфере международных культурных связей» всего предусмотрено 102 часа, из них 54 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекций – 14 часов, семинарские занятия – 4 часа, лабораторные – 36 часов.

Рекомендуемая форма контроля – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Введение.

Предмет, цель, задачи учебной дисциплины

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины. Основные понятия учебной дисциплины. Место учебной дисциплины в системе подготовки культуролога-менеджера.

Туризм как социально-экономическая система. Туризм в мировой экономике. Туристский импорт и туристский экспорт. Социальная сущность туризма. Значение туризма в жизни современного общества. Роль туризма в сохранении природного и культурного наследия.

Глобализационные процессы в туризме. Современный туризм как фактор развития международного культурного сотрудничества. Сущность и специфика межкультурной коммуникации в туризме. Проблемы, перспективы и тенденции развития современного туризма.

Тема 1. Понятие, функции и классификация туризма

Сущность и понятие туризма. Основные научные подходы к определению понятия «туризм». Признаки туризма как самостоятельной отрасли. Субъект и объект туризма. Понятие туристского региона.

Исторические этапы развития туризма: предистория туризма, элитарный туризм, зарождение массового социального туризма, формирование индустрии туризма. Факторы, влияющие на развитие туризма: внешние (природно-климатические и географические, культурно-исторические, экономические, политические, социально-демографические, технологические, экологические) и внутренние (материально-технические, интеграция и глобализация туристского бизнеса, кадровое обеспечение сферы туризма и др.).

Экономическая, социальная и гуманитарная функции туризма.

Типы, категории, виды и формы туризма. Типы туризма: внутренний, въездной, выездной. Основные категории туризма: туризм в пределах страны, национальный туризм, международный туризм. Виды туризма, критерии классификации: цель поездки, способ организации, продолжительность путешествия, степень активности, источники финансирования, возраст, способ передвижения и др. Современные виды туризма:

событийный, спортивный, экстремальный, этнокультурный и др. Формы туризма: индивидуальная и групповая.

Тема 2. Туристский рынок

Понятие туристского рынка. Классификация туристских рынков. Спрос и предложение – основа развития рынка туризма. Объективные и субъективные факторы формирования туристского спроса. Компоненты предложения в туризме.

Туристский продукт, его особенности и потребительские свойства. Тур – основной вид турпродукта. Туристские услуги и их значение в формировании туристского продукта. Основные и дополнительные туристские услуги. Туристские ресурсы как основа производства туристского продукта. Роль культурно-исторических ресурсов в развитии туризма. Социокультурные объекты туристского потенциала. Качество туристского продукта: обязательные требования.

Тема 3. Индустрия туризма

Индустрия туризма как сложный межотраслевой комплекс. Специфика индустрии туризма. Основные компоненты индустрии туризма. Особенности современного этапа развития индустрии туризма. Процессы специализации, кооперирования и концентрации производства в современной индустрии туризма.

Организаторы туристской деятельности: туроператоры и турагенты. Основные направления туроператорской деятельности. Функции туроператоров. Специализация туроператоров. Турагентская деятельность и ее специфика. Формы взаимодействия туроператоров и турагентов. Предприятия, производящие продукты и услуги для туристов.

Гостеприимство как философия индустрии туризма. Модели гостеприимства: европейская, азиатская, американская, восточно-европейская. Классификация гостиниц.

Инновационные подходы в индустрии туризма: устойчивый туризм.

Тема 4. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта

Туроперейтинг – деятельность туроператора по формированию, продвижению и реализации туров. Технология проектирования тура. Маркетинговые исследования туристского рынка.

ка: изучение потребителей, конкурентов, партнеров и поставщиков. Сегментация рынка, основные критерии. Требования по обеспечению безопасности тура, минимизации рисков. Определение технологии процесса обслуживания туристов. Разработка технологической документации: технологическая карта туристского маршрута, информационный листок к туристской путевке и др. Формы и методы контроля качества. Анализ проекта – завершающий этап проектирования.

Этапы формирования тура: разработка замысла (идеи) тура, определение партнеров и поставщиков, формирование комплекса услуг, экспериментальная проверка тура. Формы экспериментальной проверки тура: рекламные туры, стади-туры, пробные продажи.

Инструменты продвижения туристского продукта: реклама, презентации, выставки, ярмарки, связи с общественностью и др. Цели рекламы в туризме. Виды рекламы: телереклама, радиореклама, реклама в прессе, наружная реклама, интернет-реклама, рекламные сувениры и др.

Реализация тура. Внутренние и внешние каналы сбыта туристского продукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Личная продажа тура. Организационное и документационное обеспечение тура. Типовой договор на оказание туристских услуг.

Контроль и оценка туроперейтинга.

Тема 5. Менеджмент туризма.

Функции, принципы и методы менеджмента в туризме

Особенности туризма как объекта управления. Основные функции менеджмента в туризме: планирование, организация, мотивация, контроль. Стратегические, тактические, оперативные планы. Виды планирования на предприятиях сферы туризма. Эффективность планирования. Организация – процесс объединения людей и средств для достижения туристским предприятием поставленных целей. Мотивация как функция управления. Мотивация туристов: физические, психологические, межличностные, познавательные, культурные и др. мотивы. Мотивация персонала: стимулирование, собственно мотивирование. Функция контроля как вид управленческой деятельности. Задачи контроля: учет, оценка, анализ. Основные виды контроля: предварительный, текущий, заключительный.

Общие и частные принципы менеджмента в туризме: системность, научная обоснованность, демократизация управления, сочетание централизации и децентрализации и др. Методы менеджмента в туризме. Специфика организационно-административных методов управления. Формы проявления организационно-административных методов в туристской организации. Экономические методы управления в системе менеджмента туристской организации. Значение социально-психологических методов в формировании положительного климата в коллективе. Эффективность менеджмента в туризме.

Тема 6. Международный туризм

Международный туризм как специфическая форма торговли услугами. Особенности международного туризма. Роль международного туризма в формировании позитивного имиджа страны. Основные направления деятельности государств по развитию международного туризма.

Международные туристские организации. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в развитии международного туризма. Структура и основные направления деятельности Всемирной туристской организации. Неправительственные специализированные организации: Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств, Международная организация гражданской авиации, Международная ассоциация делового туризма, Всемирная ассоциация по профессиональному образованию в туризме и др. Деятельность региональных и национальных организаций по туризму. Значение международных выставок и ярмарок в продвижении национального туристского продукта на внешний рынок.

Международное правовое регулирование туризма: Манильская декларация по мировому туризму, Гаагская декларация по туризму, Хартия туризма, Глобальный кодекс этики туризма и др.

Состояние и перспективы развития международного туризма.

Тема 7. Развитие туризма в Беларуси

История туризма Беларуси. Ранние путешествия белорусов. Поломничество и его роль в развитии путешествий. Индивидуальный характер и основные мотивы путешествий в XIV–XIX вв. Вклад в историю путешествий И. Домейко, В. Сырокомли, Н. Орды, А. Янушкевича и др. Развитие туризма в XX в. Соз-

дание в 30-х гг. XX в. Общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ). Зарождение и развитие детского и молодежного туризма. Роль профсоюзов в формировании инфраструктуры туризма. Деятельность Всесоюзного акционерного общества «Интурист» по развитию международного туризма.

Современное состояние и тенденции развития туризма в Республике Беларусь. Въездной и выездной туризм. Инфраструктура туризма.

Государственное регулирование туристской деятельности. Правовые и организационные аспекты туристской деятельности. Законодательство в сфере туризма: Закон Республики Беларусь «О туризме», Указ Президента Республики Беларусь «О мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь», Указ Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах регулирования туристической деятельности» и др. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь: основные задачи. Областные и районные программы и мероприятия по развитию туризма. Деятельность по формированию и продвижению туристского имиджа Республики Беларусь Межведомственного экспертно-координационного Совета по туризму, Национального агентства по туризму.

Приоритетные направления развития туризма в Республике Беларусь: развитие въездного и внутреннего туризма, создание новых туристических маршрутов, эффективное использование историко-культурного наследия в туризме, повышение качества туристских услуг, развитие агротуризма, делового, событийного и др. видов туризма. Туристский потенциал Беларуси. Развитие международного сотрудничества в сфере туризма.

Тэма 8. Культурное наследие как ресурс развития туризма

Сущность и понятие культурного наследия. Связь культурного и природного наследия, культурный ландшафт. Классификация культурного наследия. Нематериальное и материальное культурное наследие: основные типологические признаки и виды. Международные и национальные документы по охране культурного наследия: Конвенция по охране всемирного культурного и природного наследия, Конвенция о сохранении нематериального культурного наследия, Гаагская конвенция, Закон Республики Беларусь «Об охране историко-культурного

наследия», Государственный список историко-культурного наследия Республики Беларусь.

Значение культурного наследия в развитии туризма. Специфика использования культурного наследия в туристской деятельности. Риски использования культурного наследия в туризме: коммерциализация и деконтекстуализация. Историко-культурное наследие Беларуси как объект национального и международного туризма. Туристские регионы Беларуси и их специализация. Локальные районы комплексного историко-культурного наследия – основа организации туристско-рекреационных зон.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	семинарские занятия	лабораторные занятия		
Введение. Предмет, цель, задачи учебной дисциплины	2				
<i>Тема 1.</i> Понятие, функции и классификация туризма	2	2		1	тест
<i>Тема 2.</i> Туристский рынок	2				
<i>Тема 3.</i> Индустрия туризма	2	2		1	доклад
<i>Тема 4.</i> Формирование, продвижение и реализация туристского продукта		2	12	2	презентация
<i>Тема 5.</i> Менеджмент туризма. Функции, принципы и методы менеджмента в туризме		4		2	тест
<i>Тема 6.</i> Международный туризм	2	2			
<i>Тема 7.</i> Развитие туризма в Беларуси	2	4		2	доклад
<i>Тема 8.</i> Культурное наследие как ресурс развития туризма		4		2	доклад
Всего ...	12	20	12	10	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности : учебник / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

2. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие для студентов специальности «Экономика и управление социально-культурной сферой» вузов / Н. И. Кабушкин. – Минск : БГЭУ, 1999. – 644 с.

3. Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма : учеб. пособие / Ю. А. Матюхина ; Рос. акад. образования, Моск. психолого-соц. ин-т. – М. : Флинта : МПСИ, 2012. – 308 с.

4. Организация туризма : учеб. пособие / А. П. Дурович [и др.] ; под общ. ред. Н. И. Кабушкина. – Минск : Новое знание, 2003. – 632 с.

5. Рындач, М. А. Основы туризма : учеб. пособие / М. А. Рындач ; под ред. С. Н. Смоленского. – М. : Дашков и К^о ; Ростов н/Д : Наука-Спектр, 2015. – 204 с.

6. Туристские регионы Беларуси / редкол.: Г. П. Пашков [и др.] ; под общ. ред. И. И. Пирожника. – М. : БелЭН, 2008. – 600 с.

7. Шаповал, Г. Ф. История туризма Беларуси / Г. Ф. Шаповал. – Минск : РИВШ, 2006. – 163 с.

8. Шимова, О. С. Устойчивый туризм : учеб.-метод. пособие / О. С. Шимова. – Минск : РИПО, 2014. – 158 с.

Дополнительная

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект-Пресс, 2001. – 464 с.

2. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 252 с.

3. Биржаков, М. Б. Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров ; Междунар. турист. акад. – М. ; СПб. : Невский фонд : Герда, 2007. – 521 с.

4. Бирицкая, Н. М. Туроперейтинг : учеб.-метод. пособие / Н. М. Бирицкая, Т. М. Сергеева. – М. : БГЭУ, 2010. – 179 с.

5. Бондаренко, Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб.-метод. пособие / Г. А. Бондаренко. – М. : БГЭУ, 2003. – 205 с.

6. *Веткин, В. А.* Технология создания туристского продукта / В. А. Веткин. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 200 с.

7. *Гайдукевич, Л. М.* Стратегия устойчивого развития экологического туризма в Беларуси / Л. М. Гайдукевич [и др.] ; под общ. ред. Л. М. Гайдукевича, С. А. Хомич. – М. : БГУ, 2008. – 351 с.

8. *Гайдукевич, Л. М.* Туристическая политика Республики Беларусь на современном этапе / Л. М. Гайдукевич // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 3, Гісторыя. Філасофія. Псіхалогія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Права. – 2011. – № 3. – С. 122–128.

9. *Горбунова, Т. Г.* Современные направления актуализации культурного наследия / Т. Г. Горбунова // Обсерватория культуры. – 2010. – № 4. – С. 54–58.

10. *Джанджугазова, Е. А.* Туристско-рекреационное проектирование : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Туризм» (квалификация «бакалавр») / Е. А. Джанджугазова. – М. : Академия, 2014. – 270 с.

11. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь / склад. В. Я. Абламскі, І. М. Чарняўскі, Ю. А. Барысюк. – М. : БЕЛТА, 2009. – 684 с.

12. *Дурович, А. П.* Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2007. – 496 с.

13. *Дурович, А. П.* Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2005. – 235 с.

14. *Зорин, И. В.* Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.

15. *Ильина, Е. Н.* Туроперейтинг: Продвижение туристического продукта / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 176 с.

16. *Ильина, Е. Н.* Туроперейтинг: Организация деятельности / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 250 с.

17. *Локотко, А. И.* Историко-культурные ландшафты Беларуси / А. И. Локотко. – Минск : Белорус. наука, 2006. – 468 с.

18. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – Минск. – Режим доступа : http://www.pravo.by/world_of_law/text.asp?RN=C21100372. – Дата доступа : 03.10.2015.

19. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян. – М. : Экономика, 2000. – 207 с.

20. Самусік, А. Ф. Помнікі гісторыі і культуры Беларусі : вучэб. дапам. для студэнтаў вну па спецыяльнасці «Эканоміка і кіраванне турысцкай індустрыяй» / А. Ф. Самусік. – Мінск : Экаперспектыва, 2013. – 366 с.

21. Сборник нормативных правовых актов Республики Беларусь в сфере туризма / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – 166 с.

22. Селицкая, Е. Н. Проблемы развития туризма в Республике Беларусь: взгляд сквозь призму мирового опыта / Е. Н. Селицкая // Экон. бюл. Науч.-исслед. экон. ин-та М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 5. – С. 41–51.

23. Старовойтенко, О. А. Теория туризма / О. А. Старовойтенко ; Рос. акад. образования, Моск. психолого-соц. ун-т. – М. : Изд-во МПСУ. – Воронеж : МОДЭК, 2012. – 799 с.

24. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : пособие / А. И. Тарасенок. – Минск : Четыре четверти, 2009. – 212 с.

25. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: Е. И. Кухаревич (пред.) [и др.]. – Минск, 2011. – 130 с.

26. Ушаков, Д. С. Прикладной туроперейтинг / Д. С. Ушаков. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2004. – 416 с.

27. Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке : пер. с англ. / Г. Харрис, К. Кац. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 238 с.

28. Экономика и организация туризма. Международный туризм / под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – М. : КНОРУС, 2008. – 565 с.

29. *Ordóñez de Pablos, Patricia. Global hospitality and tourism management technologies / Patricia Ordóñez de Pablos ; ed. by Patricia Ordóñez de Pablos, Robert Tennyson, Jingyuan Zhao. – Hershey, Pa : IGI Global, 2012. – 270 p.*

30. *Tourism, planning, and community development / ed. by Rhonda Phillips and Sherma Roberts. – London : Routledge, 2013. – 153 с.*

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

В процессе изучения учебной дисциплины «Практика международных культурных связей. Раздел 3. Туризм в сфере международных культурных связей» студенты осуществляют самостоятельную работу в виде решения индивидуальных задач во время проведения семинарских и лабораторных занятий под контролем преподавателя. Студенты прорабатывают лекционный материал, проходят опрос в формах, определяемых преподавателем (доклад на семинарских занятиях, тестовые задания, коллоквиум и др.).

Самостоятельная работа студентов также предполагает выполнение учебно-исследовательской работы, результатом которой является разработка туристских маршрутов с учетом объективных условий социально-культурного, финансово-экономического и нормативно-правового характера. Результаты данной работы оформляются в виде презентации и пояснительной записки к ней. Презентация должна включать не менее 15 слайдов, объем пояснительной записки 10–15 страниц печатного текста. Пояснительная записка должна содержать следующие компоненты: введение, основную часть (структурируемую при необходимости на отдельные главы, параграфы), заключение, список использованных источников.

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Для диагностики уровня знаний и умений студентов по учебной дисциплине «Практика международных культурных связей. Раздел 3. Туризм в сфере международных культурных связей» используются следующие формы и средства диагностики:

- устный опрос во время лекционных и семинарских занятий с целью определения уровня теоретических знаний студентов по отдельным темам учебной дисциплины;
- критериально-ориентированные тесты;
- защита выполненных на лабораторных занятиях работ;
- консультации и собеседование.

Учебное издание

**ПРАКТИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ
КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ**

**Раздел 3. Туризм в сфере международных
культурных связей**

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности 1-21 04 01 Культурология
(по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02
Менеджмент международных культурных связей*

Редактор О. М. Соколова
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2016. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 1,05. Уч.-изд. л. 0,63. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.