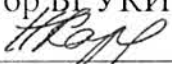


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

 Н.В. Карчевская

« 25 » апреля 2025 г.

Регистрационный № УД-648 /эуч.

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Учебная программа

*учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и
коммуникации
профилизация: «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»*

Учебная программа составлена в соответствии с образовательным стандартом общего высшего образования по специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, утвержденным постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 21.08.2023 № 270 и учебным планом учреждения высшего образования по специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», рег. № 6-05-03-69/24 уч. от 02.07.2024

СОСТАВИТЕЛЬ:

С.А. Пациенко, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

М.В. Лесниченко-Роговская, доцент кафедры маркетинга государственного учреждения образования «Институт бизнеса Белорусского государственного университета», кандидат педагогических наук

Д.В. Герасименко, заведующий кафедрой историко-культурного наследия учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 6 от 19.02.2025);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 17.04.2025)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Менеджмент в сфере туризма» предназначена для изучения студентами специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры». Учебная дисциплина включает теоретический и практический компоненты, направленные на изучение теоретико-практических основ управления в сфере туризма. Актуальность изучения данной дисциплины обусловлена тем, что владение современными технологиями управления в туризме является частью профессиональных компетенций менеджера, представляя собой одну из возможных областей профессиональной деятельности будущего специалиста.

Учебная дисциплина «Менеджмент в сфере туризма» имеет межпредметные связи с учебными дисциплинами модуля «Управление коммуникациями в социально-культурной сфере»: «Менеджмент в культурно-просветительских учреждениях», «Менеджмент экспозиционно-выставочной и кураторской деятельности», модуля «Инновационная деятельность в социально-культурной сфере»: «Инновационный менеджмент в сфере культуры». При составлении учебной программы использовались материалы, созданные в рамках научно-исследовательской темы кафедры менеджмента социально-культурной деятельности «Коммуникационный и проектный менеджмент в социокультурной сфере» (2021 – 2025 гг.).

Содержание учебной дисциплины охватывает основные аспекты управления в сфере туризма. Программа основана на системном изучении теоретических основ менеджмента в сфере туризма, динамики развития отрасли в мировом и региональном контекстах; предполагает анализ современного международного опыта управления в сфере туризма и возможности его применения в условиях Республики Беларусь. Отдельное внимание уделяется изучению историко-культурного наследия, составляющего туристический потенциал Республики Беларусь, а также возможности его эффективного использования в процессе создания и реализации национального туристского продукта и организации экскурсионной деятельности.

Цель учебной дисциплины – формирование у студентов системы знаний о менеджменте в сфере туризма и практических навыков организации проектов в туризме.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать систему знаний о менеджменте в туристической сфере как о перспективном виде деятельности, его современном состоянии, факторах и тенденциях развития;
- познакомить студентов с основными принципами менеджмента в сфере туризма, механизмами формирования национального туристического продукта и продвижения его на рынок;
- сформировать умения и навыки проектной деятельности в сфере туризма.

В соответствии с требованиями учебного плана учреждения высшего образования по специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» изучение учебной дисциплины способствует развитию у студентов следующих специальных компетенций:

- разрабатывать и реализовывать социально-культурные проекты в сфере туризма.

- планировать, формировать, продвигать и реализовывать экскурсионные услуги, позволяющие удовлетворить запросы и интересы потребителя.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны *знать*:

- основные понятия и категории менеджмента в туризме;

- особенности туризма как объекта управления;

- функции, принципы и методы управления в туризме;

- принципы рациональной организации труда менеджеров туристских предприятий;

уметь:

- систематизировать информационный ресурс по изучению менеджмента в сфере туризма;

- анализировать и сопоставлять модели управления сферой туризма в различных странах мира;

- использовать на практике инструментарий решения управленческих задач, стоящих перед туристскими предприятиями;

владеть навыками:

- внедрения механизмов менеджмента в деятельность предприятий сферы туризма;

- разработки и реализации социально-культурных проектов в сфере туризма;

- разработки и внедрения инновационных технологий в деятельность предприятий сферы туризма.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной жизни страны.

Методологической особенностью учебной программы по учебной дисциплине «Менеджмент в сфере туризма» является направленность обучения на формирование самостоятельности суждений, стимулирование активного творческого мышления, постоянный поиск актуальной и объективной информации и ее использование в процессе исследовательских проектов; применение методов погружения в смоделированные преподавателем ситуации, встречающиеся в работе предприятий сферы туризма.

Обучение предполагает использование мультимедийных технологий, а также большого количества демонстрационного материала. Самостоятельная работа студентов по данной учебной дисциплине включает использование различных форм (подготовку аналитических докладов, презентаций; подбор и структурирование иллюстративного материала, разработку проектов и др.) с учетом требований будущей профессиональной деятельности специалистов.

Всего учебным планом на изучение учебной дисциплины предусмотрено 102 часа, из них аудиторных – 68 часов. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий для студентов очной формы обучения: 30 часов – лекции, 20 часов – семинарские занятия, 18 часов – практические занятия.

Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий для студентов заочной формы обучения: 6 часов – лекции, 6 часов – семинарские занятия, 4 часа – практические занятия.

Рекомендуемые формы проведения текущей аттестации – тестирование, письменный опрос; промежуточной аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение. Туризм как объект управления

Актуальность, цель и задачи учебной дисциплины «Менеджмент в сфере туризма». Обзор литературы по учебной дисциплине. Понятия «турист», «туризм», «туристская деятельность», «экскурсант» и др. Виды и формы туризма в современном мире. Сущность понятия «менеджмент в сфере туризма». Основные этапы развития менеджмента в сфере туризма. Особенности туризма как объекта управления. Специфика менеджмента в сфере туризма. Требования к менеджеру туристского предприятия. Виды профессий в сфере туризма.

Тема 2. Функции и принципы менеджмента в туризме

Виды предпринимательской деятельности в туризме. Понятие и основные элементы процесса управления в туризме. Уровни управления в туризме. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента в сфере туризма. Особенности функции планирования в сфере туризма. Специфика организационной функции. Функция мотивации в сфере туризма. Функция контроля на предприятиях сферы туризма. Основные принципы менеджмента в туризме. Классификация принципов менеджмента в туризме. Общие и частные принципы управления в туризме. Методы управления в сфере туризма (организационно-административные, экономические, социально-психологические методы). Организационные структуры предприятий туристской индустрии. Элементы организационной структуры управления. Типы организационных структур управления предприятием в сфере туризма.

Тема 3. Субъекты туристской индустрии

Сущность понятия «индустрия туризма». Основные компоненты индустрии туризма. Туристские организации как объект управления. Организационно-правовые основы деятельности туристских предприятий. Классификация субъектов туристской индустрии (по характеру деятельности, по географическому признаку, по форме собственности и др.). Понятие «туроператор», виды туроператоров (массовые, специализированные, международные, внутренние и др.). Основные направления деятельности туроператоров. Место и роль туроператоров на рынке услуг. Сущность и основные направления деятельности турагентов. Турагент как маркетинговый посредник между производителями и потребителями туристических услуг. Формы сотрудничества и модели взаимодействия туроператоров и турагентов.

Тема 4. Менеджмент туристских дестинаций

Понятие «туристская дестинация». Туристская дестинация как системное территориальное образование, состоящее из комплекса различных

объектов, необходимой инфраструктуры и ряда других элементов, направленных на удовлетворение потребностей туристов. Концепция туристской дестинации. Характерные черты дестинации. Классификация дестинаций. Основные фазы развития туристской дестинации. Сущность понятия «Менеджмент туристской дестинации». Основные этапы менеджмента туристской дестинации. Стратегии развития дестинаций. Принципы стратегического управления туристскими дестинациями (целенаправленность, комплексность, системность, эффективность, учет баланса интересов, партнерство и др.).

Тема 5. Туристский продукт: создание и управление жизненным циклом

Понятие туристского продукта. Потребительские свойства туристского продукта. Особенности производства и потребления продукта в туризме. Тур как основной вид турпродукта. Туристская услуга: сущность и свойства. Сущность туроперейтинга. Формирование концепции туристского продукта. Особенности процесса разработки туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта. Конкурентоспособность туристского продукта. Основные требования к качеству продукта. Национальный туристский продукт. Система продвижения в туризме. Использование маркетинговых технологий в процессе продвижения туристского продукта.

Тема 6. Экскурсионное обслуживание в туризме

Экскурсия как процесс познания человеком окружающего мира, организованный на заранее подобранных объектах, расположенных в естественных условиях. Экскурсия как психолого-педагогический процесс. Виды экскурсий. Экскурсионный процесс. Сущность и особенности экскурсионного менеджмента, его цели и методы. Особенности разработки и внедрения программ экскурсионного обслуживания. Методика проектирования услуг для разных категорий потребителей. Разработка экскурсии как совместная деятельность менеджеров, методистов и экскурсоводов фирмы.

Тема 7. Объекты историко-культурного наследия как ресурс развития туризма

Туристский потенциал объектов материального и нематериального культурного наследия. Факторы, определяющие туристскую привлекательность объектов историко-культурного наследия (аутентичность, уникальность, историческая и культурная ценность, сохранность и др.). Влияние туризма на объекты историко-культурного наследия: мировой опыт. Проблемы и перспективы использования объектов историко-культурного наследия в туристской отрасли Республики Беларусь. Разнообразие культурных, исторических, этнографических и других объектов как основа формирования региональных особенностей туризма.

Тема 8. Государственное регулирование в сфере туризма в Республике Беларусь

Система государственного управления сферой туризма. Нормативно-правовое обеспечение сферы туризма в Республике Беларусь. Документы, регулирующие туристскую деятельность в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О туризме». Гражданский Кодекс Республики Беларусь. Указы Президента Республики Беларусь. Постановления Совета Министров Республики Беларусь, приказы Министерства спорта и туризма Республики Беларусь.

Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021-2025 годы. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года. Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь. Деятельность туристских информационных центров.

Тема 9. Развитие туризма в Республике Беларусь

Современное состояние туризма в Республике Беларусь. Инфраструктура туризма: проблемы и перспективы развития. Потребительский рынок белорусского туристского продукта (въездной, выездной, внутренний туризм). Природные, культурно-исторические ресурсы развития туризма в Беларуси. Виды туризма в Республике Беларусь: агроэкотуризм, историко-культурный, охотничий, промышленный, событийный и др. Информационные ресурсы о туризме в Республике Беларусь. Проектная деятельность в сфере туризма (культурные, образовательные, экологические и др. проекты). Реализация проектов в сфере белорусского туризма: региональная специфика. Календарь туристических событий.

Тема 10. Инновационный менеджмент в туризме

Роль инноваций в становлении и развитии туризма. Появление новых видов туристических продуктов и услуг. Направления инновационного менеджмента на уровне туристических организаций. Инновации как предмет деятельности организаций и инновации в управлении этими организациями. Тактическое направление инновационного менеджмента как управление инновациями в отношении туристических продуктов или услуг. Стратегическое направление инновационного менеджмента как развитие инновационных форм туристическо-рекреационной деятельности. Универсально-функциональное и специфически-функциональное направление инновационного менеджмента в туризме.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма обучения

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов на УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия		
1.	Введение. Туризм как объект управления	2	2			
2.	Функции и принципы менеджмента в туризме	2	2			
3.	Субъекты туристской индустрии	2	2			
4.	Менеджмент туристских дестинаций	4	2		2	устный опрос/ письменный опрос
5.	Туристский продукт: создание и управление жизненным циклом	2		2	2	устный опрос/ письменный опрос
6.	Экскурсионное обслуживание в туризме	2		2	2	доклад
7.	Объекты историко-культурного наследия как ресурс развития туризма	2	2	2	2	презентация
8.	Государственное регулирование в сфере туризма в Республике Беларусь	2	2	2	2	устный опрос/ письменный опрос
9.	Развитие туризма в Республике Беларусь	4	2	4	2	защита проекта
10.	Инновационный менеджмент в туризме	2	2	2	2	аналитический доклад
Всего...		24	16	14	14	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Заочная форма обучения

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
			Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	
1.	Введение. Туризм как объект управления	4	2			2
2.	Функции и принципы менеджмента в туризме	4				4
3.	Субъекты туристской индустрии	4	2	2		
4.	Менеджмент туристских дестинаций	8				8
5.	Туристский продукт: создание и управление жизненным циклом	6			2	6
6.	Экскурсионное обслуживание в туризме	6	2			4
7.	Объекты историко-культурного наследия как ресурс развития туризма	8				8
8.	Государственное регулирование в сфере туризма в Республике Беларусь	8			2	6
9.	Развитие туризма в Республике Беларусь	12		2		10
10.	Инновационный менеджмент в туризме	8		2		6
Всего...		68	6	6	4	52

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Большаник, П. В. Менеджмент в туристских организациях : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм" (квалификация (степень) «бакалавр») / П. В. Большаник. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 191, [1] с. : табл., рис.

2. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туристической индустрии : учебное пособие / Н. И. Кабушкин, О. В. Ежель. – Минск : РИВШ, 2022 – 420 с.

Дополнительная:

1. Воронкова, Л. П. История туризма и гостеприимства : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки специальностям «Туризм» и «Сервис» / Л. П. Воронкова. – Москва : Кнорус, 2021. – 347 с.

2. Организация туризма : учебное пособие для студентов вузов / А. П. Дурович [и др.] ; под ред. А. П. Дуровича. - 3-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2006. – 639 с.

3. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма : учебное пособие для студентов специальности "Экономика и управление социально-культурной сферой" вузов / Н. И. Кабушкин. - Минск : БГЭУ, 1999. – 644 с.

4. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учебное пособие для студентов вузов / В. С. Новиков. - 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Академия, 2010. – 207 с.

5. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник / Т. В. Рассохина. – Москва : Советский спорт, 2014. – 247 с.

Перечень рекомендуемых средств диагностики знаний студентов по учебной дисциплине «Менеджмент в сфере туризма»

Степень усвоения учебного материала по дисциплине определяется в рамках текущего контроля успеваемости, текущей и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости предполагает письменный опрос во время семинарских занятий. Итоговый контроль знаний студентов в рамках промежуточной аттестации проводится в форме экзамена.

Оценка и диагностика знаний и навыков студентов по учебной дисциплине «Менеджмент в сфере туризма» осуществляется систематически и может включать следующие средства:

- устный опрос во время семинарских занятий с целью определения уровня теоретических знаний студентов по отдельным темам учебной дисциплины (фронтальный/индивидуальный опрос, дискуссия);
- письменный опрос;
- подготовка и демонстрация мультимедийных презентаций;
- написание эссе;
- анализ мини-кейсов;
- защита выполненных на практических занятиях работ (проектов).

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Менеджмент в сфере туризма»

В процессе изучения дисциплины «Менеджмент в сфере туризма» предполагается осуществление управляемой самостоятельной работы студентов, которая предусматривает выполнение различных индивидуальных устных и письменных заданий по темам учебной дисциплины. К таким заданиям относятся:

- самостоятельное изучение учебно-методической и научной литературы;
- поиск актуальной информации по проблемам менеджмента туризма в периодических изданиях и интернет-источниках;
- подготовка материалов к выступлениям на семинарских занятиях;
- подготовка к устным и письменным опросам;
- написание аналитических докладов;
- ознакомление с нормативно-правовыми актами, статистическими данными, касающимися сферы туризма в Республике Беларусь;
- разработка авторских проектов;
- написание научных статей, тезисов, докладов на студенческие научные конференции.