

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Костромской государственной университет»

(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**МИРОВОЙ РЫНОК ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

Направление подготовки/специальность: 43.03.02 Туризм

Направленность/специализация: Туроперейтинг и онлайн  
технологии в туризме

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома  
2021**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным приказом от 8 июня 2017 г. №516 по направлению подготовки 43.03.02, Туризм. Уровень высшего образования бакалавриат.

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 43.03.02. Туризм – Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме. Год начала подготовки - 2021.

Разработал: Данилина М.В., к.пс.н., доцент кафедры медиакоммуникаций и туризма


Рецензент: Сахарова Е.Е. Генеральный директор ООО «Артикул Тур»

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры №7 от 29.04.2021г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

 \_\_\_\_\_  
подпись

Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
подпись

Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
подпись

Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Изучить основные тенденции и перспективы развития мирового рынка туристских услуг, в том числе специфику организации продаж и продвижения туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- изучить специфику продвижения услуг на мировом туристском рынке;
- освоить методики и технологии проведения исследования мирового рынка туристских услуг;
- усвоить особенности продаж услуг на мировом туристском рынке.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенцию: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Код и содержание индикаторов компетенции:

ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Знать: специфику и основные тренды исследований мирового рынка туристских услуг, технологии продажи и продвижения туристского продукта

Уметь: разрабатывать программу исследования туристского рынка, использовать с учетом мировой практики технологии продажи и продвижения туристского продукта

Владеть: навыками проведения процесса исследования рынка туристских услуг, навыками организации продаж и продвижения туристского продукта.

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана - Б1.Б.23. Изучается в 6-м семестре. Опирается на предыдущее изучение дисциплин «Экономика туризма» «Маркетинговые технологии в сфере туризма». Изучение дисциплины взаимосвязано с учебным предметом «Экономика предприятия туристской индустрии», которая осваивается на последующем курсе согласно учебному плану.

## 4. Объем дисциплины

### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах		2	
Общая трудоемкость в часах		72	
Аудиторные занятия в часах, в том числе:		24	
Лекции		12	
Практические занятия		12	
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах		47,75	
ИКР		0,25	
Форма промежуточной аттестации		зачет	

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции		12	
Практические занятия		12	
Лабораторные занятия			
Консультации			
Зачет/зачеты		0,25	
Экзамен/экзамены			
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего		24,25	

### 5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

#### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
		2/72	12	12	-	47,75
1.	Общая характеристика мирового туристского рынка	11,95	2	2	-	7,95
2.	Обязательные постановления и внутренняя организация туристских предприятий	11,95	2	2	-	7,95
3.	Организация международного туристского бизнеса	11,95	2	2	-	7,95
4.	Регулирование на мировом рынке туристских услуг	11,95	2	2	-	7,95
5.	Разработка и продвижение туристского продукта на мировом рынке	11,95	2	2	-	7,95
6.	Глобальные тенденции в сфере туризма	11,95	2	2	-	7,95
	ИКР	0,25				
	Итого:	2/72	12	12		47,75

## **5.2. Содержание:**

### ***Тема 1. Общая характеристика мирового туристского рынка***

Системный подход к определению туризма. Основные составляющие мирового туристского рынка. Классификация туризма на мировом рынке: типы, категории, формы и виды. Туристская дестинация и кластер как типовые компоненты мирового рынка туристских услуг. Отличительные особенности туризма в дестинации и кластере «крупный город». Этапы жизненного цикла и оценка привлекательности туристских дестинаций и кластеров.

### ***Тема 2. Обязательные постановления и внутренняя организация туристских предприятий***

Современное состояние материально-технической базы туристского предприятия на мировом рынке. Внешние и внутренние факторы развития туризма. Количественные (экстенсивные) и качественные (интенсивные) изменения туристской индустрии. Факторы, определяющие будущее развитие международного туризма. Создание информационно-аналитических моделей развития туризма.

### ***Тема 3. Организация международного туристского бизнеса***

Международный бизнес и сотрудничество в области туристской деятельности. Роль статических и динамических факторов в системе международного туризма. Взаимосвязь туристской активности с политической и финансово-экономической обстановкой в стране. Изменения в демографической структуре и социальном положении населения, оказывающие влияние на сферу туризма. Технологии, обслуживающие туристскую отрасль.

### ***Тема 4. Регулирование на мировом рынке туристских услуг***

Статистика мировых туристских потоков и доходов. Характеристика состояния развития туризма по регионам мира. Сравнительный анализ статистических показателей международного туризма по странам мира. Страны с наиболее высокими туристскими потоками и доходами. Формирование на рынке международного туризма новых направлений международных путешествий.

Основные принципы концепции статистики международного туризма. Статистические единицы туризма. Категории лиц, исключаемые из туристской статистики. Международная классификация целей поездок. Классификация спроса в статистике туризма. Статистика туристских потоков, доходов, расходов. Методы статистического учета в международном туризме. Статистика туристских потоков: учет на границе и регистрация прибытий в средствах размещения. Учет туристских расходов банковским методом и с помощью выборочного обследования. Новые методы оценки доходов международного туризма. Формы статистической отчетности.

### ***Тема 5. Разработка и продвижение туристского продукта на мировом рынке***

Специфика разработки турпродукта с учётом региона мира. Программы продвижения национального туристского продукта в зарубежных странах. Характеристика Европейского региона как главного участника мирового туристского рынка. Традиционные страны-лидеры в

регионе и появление новых туристских дестинаций. Азиатско-Тихоокеанский регион как наиболее динамично развивающийся туристский регион мира.

Особенности развития международного туризма в Американском регионе. Туризм на Ближнем Востоке и влияние государственной поддержки на его развитие. Тенденция возрастания туристских потоков на Африканском континенте. Страны Африки с развитым туристским сектором.

Значение маркетинговой деятельности в международном туризме. Виды маркетинговых стратегий, используемых в международном туризме. Формирование и специфика применения маркетинговых стратегий на туристском предприятии.

### **Тема 7. Глобальные тенденции в сфере туризма**

Процессы транснационализации и глобализации в международном туризме. Специфика деятельности ТНК. Основные тенденции его развития глобализации. Стратегические альянсы: понятие, мотивы вступления, характерные черты. Глобальные объединения: пути создания, виды деятельности, примеры. Деятельность ассоциаций и консорциумов на международном туристском рынке. Воздействие глобализации на национальные туристские рынки.

## **6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Форма контроля
1.	Общая характеристика мирового туристского рынка	Анализ рынка по туристским регионам мира	6,95	подготовка докладов с презентациями, обсуждение вопросов темы.
2.	Обязательные постановления и внутренняя организация туристских предприятий	Источники и принципы регулирования международного туристского права	6,95	подготовка докладов с презентациями, обсуждение вопросов темы.
3.	Организация международного туристского бизнеса	Проблемы современного туризма: терроризм, неэтичное поведение в стране пребывания.	6,95	подготовка докладов с презентациями, обсуждение вопросов темы.
4.	Регулирование на мировом рынке туристских услуг	Сегментирование по географическому, геодемографическому, демографическому, социально-экономическому, психографическому, поведенческому	6,95	выполнение заданий самодиагностики и самоанализа.

		признакам.		
5.	Разработка и продвижение туристского продукта на мировом рынке	Турпроектирование и турпланирование в сфере выездного и въездного туризма	6,95	выполнение заданий самодиагностики и самоанализа.
6.	Глобальные тенденции в сфере туризма	Специфика деятельности ТНК. Роль инноваций в функционировании ТК и ТНК на мировом рынке.	6,95	подготовка докладов с презентациями, обсуждение вопросов темы.
	Подготовка к сдаче зачета	Изучение вопросов и заданий к зачету.	6	Зачет
			47,75	

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Сегментация туристского рынка
2. Факторы, влияющие на развитие мирового рынка туруслуг.
3. Туроператорская деятельность на мировом рынке.
4. Турагентская деятельность на мировом рынке.
5. Специфика рекламы как инструмента продвижения туристских услуг на международном рынке.
6. Выставочная деятельность как инструмент продвижения туристских услуг на международном рынке.
7. Особенности политики в сфере стимулирования продаж на мировом рынке.
8. Менеджмент туристского предприятия в контексте развития мирового рынка туристских услуг.
9. Опыт проведения и результаты маркетинговых исследований на международном туристском рынке.
10. Проблематика глобализации на международном туристском рынке.

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

*а) основная:*

1. Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-828-1, 1000 экз <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=432449>.
2. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. : табл., схемы - ISBN 978-5-238-01519-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
3. Моргунов В. И. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - М.: Дашков и К, 2014. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02229-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/450766>

4. Международный туризм: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "География", "Менеджмент организации", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Воскресенский В.Ю., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01456-2 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872907>

*б) дополнительная:*

1. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг: учебник / М.Э. Сейфуллаева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 319 с. : табл. - ISBN 5- 238-00800-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592>
2. Девлетов О. У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 377 с. : ил., схем., табл. - ISBN 978-5-4475-6090-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412>
3. Волков Юрий Федорович. Гостиничный и туристский бизнес : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] : допущено УМО / Волков, Юрий Федорович. - Изд. 2-е. - Ростов-наДону : Феникс, 2009. - 637 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 632-635. - ISBN 978-5-222-15007-8 : 379.00

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Предполагается создание учебного курса в системе СДО со следующими элементами:

- Элемент «Лекции»;
- Элемент «Практические занятия»,
- «Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

*Информационно-образовательные ресурсы:*

1. [http://www.ratanews.ru/rubricator/rubric\\_37.stm](http://www.ratanews.ru/rubricator/rubric_37.stm) - ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии.
2. <http://statistika.ru/tesaurus/209/7754/> - портал статистических данных.  
<http://www.russiatourism.ru/>- официальный сайт Федерального агентства по туризму.
3. <http://unwto.org/ru>- официальный сайт ЮНВТО.
4. <http://minstm.gov.ru/>- официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ.
5. [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) - Министерство экономического развития РФ.

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специальных помещений и помещений для	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
--	---	--



<b>самостоятельной работы</b>		<b>Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебный корпус «В 1.», ауд. №34 (аудитория для лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	-