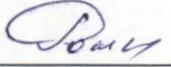


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ТГПУ)

Утверждаю

И.А.Ромахина
декан факультета
« 01 » 09 2013 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
М.2.В.09 КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ**

ТРУДОЕМКОСТЬ (В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ) 2

Направление подготовки 100400.68 Туризм

Магистерская программа Инновационные технологии в туристской индустрии

Квалификация (степень) выпускника Магистр

1. Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии и технологии организации и кластерами в индустрии туризма; формирование дифференцированных по уровням компетенций, профессиональных умений, навыков для самостоятельного практического осуществления, планирования и организации различных событийных мероприятий и их использование в туристском обслуживании.

Достижение поставленной цели осуществляется посредством решения следующих основных задач:

- освоение методологии организационной деятельности в туристской индустрии;
- освоение основных категорий и принципов организации туристских кластеров;
- приобретение навыков управления процессами разработки, выбора и продвижения туристских кластеров и оценки их эффективности;
- освоение методов и инструментов управления туристским кластером.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» является дисциплиной профессионального цикла в рамках учебного плана, разработанного в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 100400.68 Туризм, магистерской программе: Инновационные технологии в туристской индустрии (квалификация - «магистр»).

Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы: «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности», «Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территории», «Инновации в организации гостиничных услуг и услуг питания» и др.

3. Требования к уровню освоения программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у выпускника ряда компетенций. Выпускник должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- готовностью к активному общению в научной, профессиональной и социально-общественной сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать навыки и умения организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, управления коллективом, владеть основами командообразования, формировать благоприятный морально-психологический климат для достижения поставленных целей, оценивать качество результатов личной и коллективной деятельности (ОК-5);
- готовностью нести ответственность за принятые решения в рамках профессиональной компетенции, способностью принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации в туристской деятельности (ОК-6);
- способность проявлять инициативу, в том числе в сложных и нестандартных ситуациях, брать на себя всю полноту ответственности (ОК -9));
- способностью свободно демонстрировать навыки работы в научно-исследовательском коллективе (в лаборатории, бизнес-инкубаторе, студии и так далее), генерировать [новые идеи, поддерживать и развивать собственный креативный потенциал и творческие способности сотрудников (ОК-13));
- способностью разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию (ПК-1);

- готовностью применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии (ПК-3);
- способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии (ПК-4);
- способностью к оценке инновационно-технологических рисков в туристской индустрии (ПК-5);

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать:

- методологию организационной деятельности в туристской индустрии;
- основные категории, элементы и принципы организации кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры;
- содержание и порядок проектирования кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры;
- методы и инструменты управления кластерным подходом к развитию туристской инфраструктуры;
- технологии и инструментарий решения различных типов проблем в современных системах туристской индустрии в рамках кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры;

уметь:

- применять кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры;
- управлять кластерным подходом к развитию туристской инфраструктуры;
- управлять рисками кластерного подхода;

владеть:

- методами анализа кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры;
- практическими навыками в формировании человеческих ресурсов в MICE-туризме;
- навыками управления в процессе организации кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры;

4. Общая трудоемкость дисциплины 2 зачетных единиц и виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом)(час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
		3	4	5
	Всего	3	4	5
Аудиторные занятия	8	8		
Лекции				
Практические занятия	8	8		
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	64	64		
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Общая трудоемкость	72	72		
Формы текущего контроля	Тестирование Вып. зад. п.8.1, 8.2.			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	зачет	зачет		

5. Содержание программы учебной дисциплины

5.1. Содержание учебной дисциплины

№п /п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	лекции	практические (семинары)	лабораторные работы	В т.ч. интерактивные формы обучения (не менее ...%)	
1.	Сущность туристских кластеров	2		2			10
2.	Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика	1		1		1	10
3.	Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма	1		1		1	15
4.	Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе	2		2		1	14
5.	Брендинг туристско-рекреационного кластера	2		2		1	15
	ИТОГО	8ч. /0,25 з.ед.		8		4час/50%	64

5.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность туристских кластеров

Определение кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры, их специфика. Внутрикластерные связи.

Тема 2. Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика

Характеристика регионального аспекта туристского кластера. Конкурентноспособность регионов. Кооперация и пути развития кластеров.

Тема 3. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма

Форма пространственной организации туризма. Совокупностью предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей. Эффект инновационности.

Тема 4. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе

Особенности функционирования и развития туризма. Экономика туризма и региона как целостная система. Общие принципы управления - системность, объективность, обратная связь, информационная достаточность. Принцип согласованности действий, принцип координации работ предприятий сферы туризма, принцип равнозначности требований к функционированию и развитию туризма в регионе и др.

Тема 5. Брендинг туристско-рекреационного кластера

Брендинг мест, ошибки брендинга мет в рамках кластерного подхода развития туризма, роль маркетинговой и брендинговой концепций в продвижении, создании и поддержании работы кластера.

5.3. Лабораторный практикум - Не предусмотрен.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература по дисциплине:

1. Гончарова, Наталья Александровна. Развитие туристской дестинации [Tourism destination development]: учебное пособие для вузов / Н. А. Гончарова ; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета. - [Б. м.] : Издательство ТПУ, 2010. - 151 с.
2. Сизов, Валерий Владимирович. Роль кластеров в формировании региональной экономической политики (на примере Томской области) : теоретические и практические аспекты : [монография] / В. В. Сизов ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО ТГПУ [и др.]. - Томск : Издательство ТГПУ, 2008. - 399 с.
3. Кондратенко, Екатерина Алексеевна. Событийный менеджмент = MICE management: учебное пособие для вузов / Е. А. Кондратенко. - Барнаул : Азбука, 2011. - 140 с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Ульрих Хальцбаур, Эдвин Йеттингер, Бернхард Кнаузе, Ральф Мозер, Маркус Целлер MICE-менеджмент / Т. Фомина. - Москва: «Эксмо», 2006. - 384 с.
2. Хуторской А.В. Педагогическая инноватика / А.В. Хуторской. - М.: КНОРУС, 2010. - 140 с.
3. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова. - М.: Кнорус, 2010. - 258 с.
4. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность / В.К. Карнаухова. - Р/на Дону: Феникс, 2010. - 194 с.
5. Пищулов В.М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / В.М. Пищулов. М.: Академия, 2010. - 246 с.

6.3 Средства обеспечения освоения дисциплины

Рекомендации по использованию Интернет-ресурсов:

http://www.geo2000.nm.ru/	www.tourlib.net
http://www.geo.ru/	www/turbooks.ru
http://www.geofocus.ru/	http://www.vokrugsveta.ru/
http://www.national-geographic.ru/	http://www.wgeo.ru/

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
	Сущность туристских кластеров	- информационные и учебные материалы, размещенные на http://www.tourlib.net - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Аудиоколонки, Видеопроектор
	Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика	- тестовая система ТГПУ - видео фрагменты лекций и конференций (размещение на портале geofocus.ru)	
	Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма и т.д.	- справочно-информационная система - видео фрагменты лекций и конференций размещение на портале www.turbooks.ru www.tourlib.net - тестовая система ТГПУ	
	Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе	- библиотека материалов - http://www.vokrugsveta.ru ; www.tourlib.net www.turbooks.ru - тестовая система ТГПУ	
	<u>Брендинг туристско-</u>	<u>библиотека материалов по туристской</u>	

	рекреационного кластера	тематике - http://www.tourlib.net - информационные материалы, размещенные на www.turbooks.ru
--	-------------------------	---

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Изучение основных разделов дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» связано с рядом учебных курсов, использует знания и навыки, полученные обучающимися в ходе изучения других дисциплин, в рамках основной образовательной программы. В соответствии с учебным планом обучение организовано на основе лекционных и семинарских занятий.

Содержание дисциплины распределяется между лекционными, семинарскими занятиями и самостоятельной работой студентов на основе принципа дополняемости. Лекционные занятия предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных тем учебного курса, которые освещаются, в основном, на проблемном уровне. Предусмотрено должно быть индивидуальное консультирование студентов, по изучаемым вопросам дисциплины, со стороны преподавателя.

Требования Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, содержание предлагаемой программы, ее объем и характер определяют необходимость оптимизации учебного процесса не только в плане проектирования содержания, но и методики организации обучения, а также контроля текущей учебной деятельности.

Перспективным направлением в профессиональной подготовке будущих специалистов в сфере туризма является использование в процессе обучения современных образовательных технологий, инновационных методов обучения и интернет-технологий, позволяющих повысить качество обучения.

В процессе проведения занятий следует обращать внимание студентов, что в педагогической деятельности происходит смещение акцента на организацию самостоятельной деятельности обучающихся. В современных условиях от преподавателя требуется научить студентов находить и оценивать информацию, анализировать факты, принимать решения, развивать навыки логического, системного мышления обучающихся. Это вызывает необходимость применения в учебном процессе прежде всего различных интерактивных методов обучения, например: проведение семинарских занятий в диалоговом режиме, подготовку обучающимися реферативных выступлений, их обсуждение и оппонирование, разбор конкретных ситуаций, подготовку проектов и др.

Возрастает значение и изменяется статус самостоятельной работы обучающихся, которая наряду с лекционными и практическими занятиями, становится обязательным видом учебно-познавательной деятельности студентов, способствуя реализации требований к компетенциям выпускника, к решению им профессиональных задач.

Самостоятельная работа является, как правило, внеаудиторной и может заключаться в индивидуальном изучении обучающимся определенных тем курса по рекомендованной литературе, в подготовке доклада или реферата. В качестве форм самостоятельной индивидуальной или коллективной работы, исходя из целей и задач изучаемой дисциплины, можно использовать иные различные задания для студентов. Преподаватель оказывает, в случае необходимости, помощь студентам при выполнении ими заданий.

Для проверки уровня освоения учебного материала и эффективности преподавания дисциплины проводится текущий контроль знаний обучающихся, а также итоговый, предполагающий сдачу экзамена по дисциплине.

Преподаватель оказывает помощь студентам при выборе ими тем докладов для участия в научно-практических конференциях, подготовке докладов и написанию статей и тезисов в сборники, публикуемые по результатам конференций.

В результате изучения дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» магистрант должен освоить основные принципы, основы методологии и технологии организации и управления кластерным подходом в индустрии туризма

7.2. Методические рекомендации для обучающихся

Целью изучения дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» является формирование у обучающихся системы знаний концептуальных основ методологии и технологии организации событий в сфере туризма; формирование дифференцированных по уровням компетенций профессиональных умений, навыков для самостоятельного практического осуществления планирования и организации различных проектов.

Изучение курса предполагает, что преподаватель читает лекции, проводит семинарские занятия и консультации, организует самостоятельную работу обучающихся, осуществляет текущий и итоговый формы контроля, руководит подготовкой докладов студентов на научно-практических конференциях.

Материалы лекции являются основой для подготовки к обсуждению вопросов соответствующей темы. В процессе проведения занятий, подготовке к семинарским занятиям преподаватель организует деятельность обучающихся по изучению учебной и дополнительной литературы, поиску необходимой информации для выполнения индивидуальных (групповых) заданий в форме самостоятельной работы, используя интернет-ресурсы и иные источники информации.

Анализ конкретных ситуаций в ходе выполнения самостоятельных заданий, позволяет студентам формировать учебные профессиональные навыки, необходимые в практической деятельности, развивает аналитические способности, навыки поиска необходимой информации, оценки фактов и разработки альтернативных решений.

Необходимо посещать лекции, готовиться к семинарским занятиям, выполняя самостоятельную работу, принимать активное участие в обсуждении вопросов для успешного изучения и усвоения учебного материала

Изучение дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» формирует у обучающихся знание и понимание основ механизма организации кластеров туристской индустрии.

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

8.1. Темы рефератов, докладов, эссе, сообщений

- 1 Тенденции социально-экономического развития, требующие активного пользования территориального маркетинга и кластерного подхода.
- 2 Туристы как один из объектов территориального маркетинга.
- 3 Инвесторы как важная целевая аудитория территориального маркетинга!
- 4 Комплекс маркетинга территории, характеристика основных элементов разработки.
- 5 Маркетинг-микс территории в мировой и отечественной практик^ деятельности органов государственной и местной власти.
- 6 Особенности сегментирования рынка в территориальном маркетинге.
- 7 Маркетинг страны и его особенности. Внутренний и внешний имидж с|раны.
- 8 Взаимосвязь имиджа региона и территориального маркетинга.
- 9 Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
- 10 Проблемы конкурентоспособности страны, региона, территорий на мировых рынках.
- 11 Особенности формирования конкурентных преимуществ рритории с использованием инструментов территориального маркетинга.
- 12 Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
- 13 Разработка бренда в процессе формирования имиджа территории.

- 14 Позиционирование и продвижение бренда территории.
- 15 Кластерный подход в развитии территории (на примере сфер культуры, туризма)
- 16 Город и маркетинговые коммуникации.
- 17 Образ «идеального» населенного пункта - маркетинг города.
- 18 Программы продвижения России на региональном и международном уровне.
- 19 Особенности формирования программ продвижения территории.
- 20 Средства PR как инструмент продвижения территории.
- 21 Опыт применения Интернет-маркетинга в регионах: проблемы и перспективы развития.
- 22 SWOT-анализ как инструмент аудита территории (на конкретном примере).
- 23 Стратегии маркетинга территорий. Какую выбрать?
- 24 Системный подход к формированию позитивного имиджа территории.
- 25 Маркетинг туризма в системе маркетинга достопримечательностей.
- 26 Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга территорий.
- 27 Механизмы доброжелательной и толерантной мотивации местного населения к иногородним жителям.
- 28 Роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга территорий.
- 29 План маркетинга территории как целевая программа.
- 30 Опыт внедрения территориального маркетинга в зарубежных странах.
- 31 Опыт внедрения территориального маркетинга в регионах России.
- 32 Город как объект территориального маркетинга.
- 33 Оценка существующей системы продвижения Санкт-Петербурга на внутренних и внешних туристских рынках.

0.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы, в том числе групповой самостоятельной работы обучающихся

1. Пример деловой игры

Группа разбивается на три или четыре команды (в зависимости от количества магистрантов). Магистрантам предлагается список городов РФ с неярко выраженным брендом, или с полным отсутствием бренда. Каждая команда выбирает из списка один город. В качестве самостоятельной работы каждой командой анализируется культурно-туристский потенциал города с целью выбора бренда; формируется образ бренда, анализируются признаки характеризующие бренд и отличающие его от других, формируется и обосновывается собственная идентичность бренда, разрабатывается стратегия позиционирования бренда.

На следующем занятии каждая команда делает презентацию брендинга выбранного города. Остальные магистранты, слушающие презентацию, разбиваются на три команды: туристы, городская администрация, инвесторы. Каждая из слушающих команд со своей позиции оценивает удачные и неудачные аспекты предлагаемого брендинг-проекта. Обсуждение проводится в форме дискуссии.

2. Подобрать необходимую информацию и принять участие в подготовке и обсуждении проекта:

«Развитие кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры на территории Томской области»

- Создание концепции кластера

Генерирование идей, брейнсторм, определение темы, сюжета мероприятия

Проведение реального брейнсторма, подведение итогов - документирование идей

Задание на дом: написание пробной концепции мероприятия в формате Power Point (3-4 слайда), выслать на эл.адрес преподавателя, лучшая концепция защищается автором

на следующем занятии в течение 5 минут.

3. Подготовиться и принять участие в дискуссии по следующим проблемам:

- Формулирование целей и задач кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры
- Планирование ресурсов и распределение работ
- Планирование хода формирования и продвижения кластера

8.3. Перечень вопросов к зачету

- 1 Понятие кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры.
- 2 Инновационные подходы к управлению развитием территорий.
- 3 Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
- 4 Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
- 5 Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности.
- 6 Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
- 7 Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориального продукта, продвижение территориального продукта.
- 8 Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя.
- 9 Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
- 10 Разновидности территориального маркетинга в зависимости от уровня объекта анализа.
- 11 Специфика и роль маркетинга территорий в зависимости от уровня объекта анализа.
- 12 Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня.
- 13 Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки.
Имидж как конкурентный ресурс территории.
- 15 Понятие бренда и брендинг территорий.
- 16 Понятие потенциала территории.
- 17 Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
- 18 Маркетинговое планирование развития территории.
- 19 План маркетинга территории: разработка и реализация.
- 20 Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории.
- 21 SWOT: анализ положения и перспектив территории.
- 22 PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
- 23 Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
- 24 Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
- 25 Территориальная служба маркетинга, её особенности, задачи и цели деятельности.
- 26 Цели, задачи, инструменты продвижения территорий.
- 27 Роль и значение рекламы в продвижении территории.
- 28 PR как инструмент продвижения территорий.
- 29 Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории.
- 30 Виды маркетинговых стратегий территории.
- 31 Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
- 32 Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.
- 33 Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.
- 34 Маркетинг персонала как реализации территориий функции проживания.

- 35 Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
- 36 Город как продукт потребления туристами, инвесторами.
- 37 Деятельности органов государственного и муниципального управления по продвижению комплекса маркетинга территорий.
- 38 Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах.
- 39 Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы, Америки, Востока.
- 40 Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития.
- 41 Система позиционирования, продвижения, брендинга территорий.
- 42 Событийный маркетинг в развитии территорий.
- 43 Кластерный подход как инновационный путь развития территорий.

8.4 Формы контроля самостоятельной работы

опрос; подготовка реферата, доклада; выполнение заданий; участие в дискуссии

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400.68 «Туризм»

Рабочая программа учебной дисциплины «Кластерный подход к развитию туристской инфраструктуры» составлена:

ассистентом кафедры экономической теории  А.О. Чернякиной

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры экономической теории
протокол № 10 от 30 августа 2013 г.

Зав. кафедрой  В.В.Сизов

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией факультета экономики и управления
протокол № 1 от 02.09 2013 г.

Председатель учебно-методической комиссии ФЭУ  В.Г.Аникина