**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

**Б1.В.ДВ.15.02 «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ»**

Цель изучения дисциплины – формирование представление о сфере гастрономии и гастрономического туризма (на примере Республики Корея); понимание значения гастрономии в развитии территории и роли гастрономии как инструмента продвижения туристической дестинации, формировании гастрономического бренда стран, городов, регионов; получение базовых знаний и навыков применения подходов и инструментов гастрономического туризма.

Задачи:

• познакомить с теоретическими основами гастрономического туризма;

• рассмотреть тенденции развития гастрономического туризма в Республике Корея;

• изучить языковые гастрономической индустрии в Республике Корея, отражающие национальные особенности культуры гостеприимства в стране;

• выработать у студентов умения самостоятельного поиска информации на актуальные страноведческие темы в средствах массовой информации и Интернете, а также развитие умений анализа данной информации и критического подхода к ней;

• научить студентов применять знания и умения, полученные в ходе освоения курса «Гастрономический туризм в Республике Корея» в профессиональной деятельности.

**Формируемые компетенции и индикаторы их достижения по дисциплине «Гастрономический туризм в Республике Корея»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Коды компетенции** | **Содержание компетенций** | **Код и наименование индикатора достижения компетенции** |
| ПК-1 | Владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме. | знать:  - технологию продвижения туристского продукта;  - современные методы оценки туристско-рекреационного потенциала территорий, ресурсов и условий функционально-территориального развитий рекреаций туризма;  уметь:  - использовать информационные и коммуникативные технологии для реализации туристского продукта;  - планировать, проводить и оценивать результаты события, находить и использовать актуальную информацию в исследуемой области из различных ресурсов, включая на английском и корейском языках; формулировать и анализировать проблемы, связанные с развитием туризма, применяя изученные теории и модели;  владеть:  - методами проведения маркетинговых исследований, поведения потребителей туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий;  - определения ресурсов для проведения события;  - навыками обработки, систематизации и анализа полученных результатов. |
| ПК-3 | Готовность к реализации проектов в туристской индустрии. | знать:  - сущность и виды проектов туристской индустрии;  - этапы реализации проекта;  - особенности целевых аудиторий потребительского рынка;  уметь:  - оформлять соответствующую проектную документацию;  - презентовать проект;  владеть:  - навыками профессионального общения;  - основными технологиями реализации продукта. |
| ПК-9 | Готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов. | знать:  - виды туристской документации; технологию продвижения туристского продукта;  - современные методы оценки туристско-рекреационного потенциала территорий, ресурсов и условий функционально-территориального развитий рекреаций туризма;  уметь:  - использовать информационные и коммуникативные технологии для реализации туристского продукта;  - планировать, проводить и оценивать результаты события, находить и использовать актуальную информацию в исследуемой области из различных ресурсов; формулировать задачи с учетом динамически меняющихся социально-культурных и экономическо-правовых регалий; формулировать и анализировать проблемы, связанные с развитием туризма, применяя изученные теории и модели;  владеть:  - компьютерными программами, включая Интернет-бронирование  - определения ресурсов для проведения события;  - навыками обработки, систематизации и анализа полученных результатов. |

**Содержание разделов дисциплины**

**Лекция 1. Введение в гастрономический туризм.**

Особенности развития туризма в современных условиях. Роль гастрономического туризма в развитии экономики региона.

**Лекция 2. Сущность гастрономического туризма как вида экономической деятельности.**

Экономическая сущность и основные дефиниции гастрономического туризма.

**Лекция 3.**  **Сущность гастрономического туризма как вида экономической деятельности.**

Факторы, которые влияют на стратегическое развитие гастрономического туризма. Концептуальные основы маркетинговой стратегии развития гастрономического туризма.

**Лекция 4. Оценка состояния и перспектив развития гастрономического рынка.**

Мониторинг рынка гастрономического туризма.

**Лекция 5. Гастрономический туризм: особенности, классификация.**

Классификация гастрономических туристов. Роль гастрономического туризма в развитии территории. Виды гастрономического туризма. Типология территорий по уровню развития гастрономического туризма.

**Лекция 6.**  **Гастрономический брендинг туристской дестинации.**

Понятие гастрономического бренда территории. Гастрономический бренд (на примере Республики Корея): создание гастрономических темапарков. Брендирование национальной кухни. Подготовка специалистов гастрономического туризма.

**Лекция 7. Гастрономический и культурный туризм.**

Взаимосвязь культурны и гастрономии (опыт Республики Корея). Гастрономия — часть культуры. Особенности культурного развития сельскохозяйственных территорий в Республике Корея.

**Лекция 8. Гастрономические фестивали.**

Концепция гастрономического фестиваля. Разработка программы гастрономического фестиваля. Продвижение гастрономического фестиваля: основные инструменты. Календарь гастрономических фестивалей в Республике Корея.

**Лекция 9. Обобщение изученных тем.** Защита проекта.

**Лекция 10. Обобщение изученных тем.** Защита проекта.