

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02 «Туристский рынок Восточной Азии»
направление подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм»**

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Туристский рынок Восточной Азии» - представить комплексную характеристику туристской деятельности в Азиатско-Тихоокеанском регионе, рассмотреть специфику туристской деятельности в Восточной Азии, рассмотреть специфику формирования туристского рынка в отдельных странах региона.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Туристский рынок Восточной Азии» относится к вариативной части в Б1.В.ДВ.06.02 в учебном плане подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм», изучается в 4 семестре.

Дисциплина «Туристский рынок Восточной Азии» ориентирована на студентов, уже знакомых с основами географии, видов и тенденций развития туризма, страноведения (знания этих дисциплин необходимы для хорошего усвоения курса).

Дисциплина «Туристский рынок Восточной Азии» является самостоятельным модулем, формирующей профессиональные знания, необходимые для осуществления практической деятельности по специальности.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО 3+ по данному направлению:

- способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности **(ОК-1)**;
- способность к самоорганизации и самообразованию **(ОК-5)**;
- способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности **(ПК-6)**;

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- особенности культуры народов стран Восточной Азии;
- исторические аспекты взаимоотношений стран Восточной Азии и РФ;
- особенности формирования туристского продукта в странах региона;
- демографические и социально-экономические проблемы стран Восточной Азии.

Уметь:

- определять общие тенденции развития туризма в мире и регионе; показывать место Азиатско – Тихоокеанского региона и Восточной Азии на мировом туристском рынке;

- анализировать культурно-исторические особенности, менталитет отдельных стран региона и выявлять их специфику;
- использовать страноведческие знания по природно-ресурсному потенциалу стран региона для прогнозирования перспектив развития туристического рынка Восточной Азии.

Владеть:

- навыками организации туристской деятельности в странах Восточной Азии;
- навыками анализа и оценки туристских ресурсов дестинации.
- самостоятельной работы с различными источниками информации для исследования и анализа пространственных особенностей организации туристской деятельности в бассейне Тихого океана.

4. Структура и содержание дисциплины «Туристский рынок Восточной Азии»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (из расчета 1 ЗЕТ=36 часов), 108 часов, изучается в течение одного семестра по очной форме обучения. Обучение предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, интерактивов и самостоятельную работу студентов.

4 семестр: лекций – 18 часов, практических занятий –18 часов, самостоятельные работы – 72 часа. Вид промежуточной аттестации – зачет.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Всего	Лек.	Прак.	СР	
1	Тема 1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	4	1-2	12	2	2	8	Устный опрос
2	Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии	4	3-4	12	2	2	8	Устный опрос Тестовая работа
3	Тема 3. Сегментация туристского рынка	4	5-6	12	2	2	8	Самостоятельная работа

4	Тема 4. Определение целевых туристских рынков	4	7-8	12	2	2	8	Реферат
5	Тема 5. Туристский рынок и туристский продукт	4	9-10	12	2	2	8	Тестовая работа Презентация
6	Тема 6. Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках	4	11-12	12	2	2	8	Устный опрос Контрольная работа
7	Тема 7. Рынок туристских услуг как объект мониторинга	4	13-14	12	2	2	8	Устный опрос
8	Тема 8. Оценка состояния рынка туристских услуг в странах Восточной Азии	4	15-16	12	2	2	8	Устный опрос Самостоятельная работа
9	Тема 9. Прогнозирование развития рынка туристских услуг в АТР	4	17-18	12	2	2	8	Устный опрос Самостоятельная работа
		4	13					Зачет
	Итого			108	18	18	72	

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм.-М.: Акспект-Пресс, 2001.
2. Бронникова, Тамара Семеновна. Маркетинг : теория, методика, практика :учебное пособие для вузов : для бакалавров/Т. С. Бронникова.-3-е изд., перераб.-Москва:КНОРУС,2012. - 207 с.
2. Гончарова, Наталья Александровна. Развитие туристской дестинации [ТеКСТ]=Tourism destination development:y4e6Ное пособие для вузов/Н. А. Гончарова;

Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.- [Б. м.]:Издательство ТПУ, 2010.-151 с.

б) дополнительная литература:

1. Профессиональный туризм: маркетинговая аналитическая работа в 5 частях, ч.2, ч.3 - М.: Моско -2005. - 256 с.
2. Назайкин А. Н. «Эффективность рекламы в прессе», М.: «Мир рекламы, 2004., 357 с.
3. Аржаных Е.В. Научная работа: разработка комплекса маркетинговых коммуникаций на примере гостиничного комплекса Holiday-Inn-Moscow - с.54-63, Москва, 2005., 476 с.
4. Бараненко, Сергей Петрович. Инновационный менеджмент [Текст]:учебно-методический комплекс : учебное пособие для вузов/С. П. Бараненко, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников.- Москва: Центрполиграф,2010. с. 286
5. Гантер, Барри. Типы потребителей: введение в психографику [Текст]=An introduction to psychographics:[практическое пособие]/Б. Гантер, А. Фернхам ; [пер. с англ. Н. Качалова, Л. Царук; под науч. ред. И. В. Андреевой].- СПб. [и др.]:Питер,2001.с. 298
6. Беркутова, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые коммуникации [Текст]:учебное пособие для вузов/Т. А. Беркутова.-Ростов-на-Дону:Феникс,2008.-254 с.
7. Кирьянова, Лилия Геннадьевна. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций [ТеКСТ]=Marketing and branding of tourism destinations:учебное пособие для вузов/Л. Г. Кирьянова; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.- [Б. м.]:Издательство ТПУ,2010.-266 с.
8. Виноградова, Татьяна Владимировна. Технология продаж услуг туристской индустрии [Текст]:учебник для вузов/Т. В. Виноградова, Н. Д. Загорин, Р. Ю. Тубелис ; Балтийская академия туризма и предпринимательства.-М.:Академия,2010., 238 с .
9. Арбузова, Надежда Юрьевна. Технология и организация гостиничных услуг [Текст]: учебное пособие для вузов/Н. Ю. Арбузова.-2-е изд., испр.-М.:Академия,2011.-222 с.
10. Крофт, Майкл Дж. Сегментирование рынка [Текст]=Market segmentation пошаговое руководство по созданию прибыльного бизнеса/М. Дж. Крофт ; [под общ. ред. В. В. Кулибановой ; пер. с англ. С. Жильцов].-СПб. [и др.]:Питер,2001. 123 с.
11. Колодий Н.А. Новая экономка-экономика впечатлений: учебное пособие/Н.А. Колодий; Институт истории, международных и социальных исследований Ольбургского университета, 2010.-329.
12. Дайан А., Букерель Ф. Ланкар Р. и др. Академия рынка: маркетинг М.: Экономика, 2012.
13. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2013.
14. Косолапов А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб.пособие / А. Б. Косолапов. – 2-е изд.стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 288 с.
15. The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage <http://www.ozon.ru/context/detail/id/2383362/>
16. П. Карлова Л.В. Инновации в туризме: учебное пособие/Л.В. Карлова, И.В. Кондратьева; Институт культуры и глобализации Ольборгского университета, 2011.-170 с.
17. Отели с самой высокой оценкой в Clarkhttp://www.tripadvisor.ru/Tourism-g33357-Clark_ColoradoVacations.html)
18. Отель Park Hotel Clarke Quay(http://tour.bigmir.net/hotels/32056-Park_HotelClarke_Quay.php).

19. Инновации в рекреационном отельном и ресторанном бизнесе.
<http://www.slideshare.net/BallvhouraCountry/ballvhoura-tourism-presentation-2031-final-tl>

20. The technological tours are available all the time
(<http://forinnovations.org/expo/technological-tours/>) Электронный фонд Российской национальной библиотеки «Докусфера»: <http://1eb.nlg.ru>

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы

Информационно-образовательные ресурсы

–Официальный Web-сайт СахГУ <http://sakhgu.ru/>; sakhgu.ru.pdf
–Система управления обучением на базе Moodle <http://cdo.sakhgu.ru/>
–Система независимого компьютерного тестирования в сфере образования <http://i-exam.ru/>

–Сайт научной электронной библиотеки eLIBRARY <http://elibrary.ru>
–Сайт университетской библиотеки ONLINE <http://www.biblioclub.ru/>
–Сайт российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/>
–Сайт электронно-библиотечной системы IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>
–Сайт информационно правовой системы Консультант Плюс <http://www.consultant.ru>
–Сайт информационной справочной системы Polpred.com [http:// polpred.com/](http://polpred.com/)
–Сайт национальной электронной библиотеки <https://нэб.рф>
–Сайт электронного издательства ЮРАЙТ <https://www.biblio-online.ru>

Информационные технологии и программное обеспечение

– Система технической поддержки и обработки заявок <http://help.sakhgu.net>.
– Программный комплекс «Электронные журналы», используемый для учета и анализа успеваемости обучающихся;
– «Антиплагиат. ВУЗ» Лицензионный договор №194 от 22.03.2018 года;
– Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880);
– Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880);
– Kaspersky Anti-Virus (лицензия 2022-000451-54518460), срок пользования с 2017-02-22 по 2019-02-24;
– ABBYYFineReader 11 Professional Edition (лицензия AF11-2S1P01-102/AD),
– CorelDRAW Graphics Suite X5Education License ML (1-60), (бессрочная), (лицензия 4088083);

Автор



Ким Ок Сен, к.г.н., доцент

Рецензент



Назарова Л.Х., к.э.н., доцент

Актуализирована и одобрена на заседании кафедры теории и методики сервиса и туризма

«_09_» июня 2018 г., протокол № 16

Утверждена на совете ИЭПиУ

« 10 » июля 2018 г., протокол № 10/37