

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

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.10.01 Корпоративная культура предприятий индустрии туризма
43.03.02 Туризм, профиль «Международный туризм»**

1. Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с моделями поведения, которые приобретены предприятиями индустрии туризма в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов данных предприятий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1. В. ДВ. 10.01 Корпоративная культура предприятий индустрии туризма относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Изучение данного курса базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин, изученных при освоении ОПОП бакалавриата («Реклама и PR», «Психология делового общения» и др.).

Дисциплина «Корпоративная культура предприятий индустрии туризма» способствует повышению уровня корпоративной культуры специалиста туристской индустрии.

Знания используются в профессиональной деятельности при непосредственной работе с клиентом в туристских организациях.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

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

общекультурными компетенциями:

– способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

Профессиональные компетенции:

- способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);

- способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен:

Знать:

- понятие корпоративной культуры;
- виды и индикаторы культуры;
- корпоративную культуру на предприятиях индустрии туризма в России;
- корпоративную культуру предприятиях индустрии туризма за

рубежом;

– изменения и формирование корпоративной культуры на предприятиях индустрии туризма.

Уметь:

– диагностировать и оценивать корпоративную культуру предприятий индустрии туризма;

– управлять корпоративной культурой на предприятиях индустрии туризма;

– формировать корпоративную культуру на предприятиях индустрии туризма;

– определять тип корпоративной культуры и его пригодность в необходимых условиях;

– анализировать текущую ситуацию на предприятии индустрии туризма о состоянии корпоративной культуры.

Владеть:

– навыками внутрикорпоративной коммуникации и межкорпоративных коммуникаций на предприятиях индустрии туризма;

– навыками формирования алгоритма развития корпоративной культуры на предприятиях индустрии туризма.

4. Структура дисциплины «Корпоративная культура предприятий индустрии туризма».

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

8 семестр: 3 ЗЕТ, 108 часов (лекции 28, практические 28, самостоятельная 52).

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
1	Теоретические основы корпоративной культуры предприятий индустрии туризма	8	6	6	10		Опрос, доклад по теме.	
2	Диагностика корпоративной культуры предприятий индустрии туризма	8	6	6	10		Опрос, доклад по теме.	
3	Оценка корпоративной культуры предприятий индустрии туризма	8	6	6	10		Опрос, доклад по теме.	
4	Управление корпоративной культурой предприятий	8	6	6	10		Опрос, доклад по теме.	

	индустрии туризма						
5	Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры предприятий индустрии туризма	8	4	4	12		Опрос, доклад по теме.
	Итого	7	28	28	52		Зачет

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Горчакова [В.Г.](#) Прикладная имиджология. М.: [Феникс](#), 2010.
2. Горчакова [В.Г.](#) Имиджология. Теория и практика. М.: [Юнити-Дана](#), 2011 .
3. [Ушакова](#) Н.В., [Стрижова](#) А. Ф. Имиджология. Учебное пособие для бакалавров. М.: [Дашков и Ко](#), 2012.

б) дополнительная литература:

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс] : практическое пособие / И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 208 с. — 978-5-394-01545-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57028.html>
2. Емельянова Е.А. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Емельянова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2014. — 122 с. — 978-5-4332-0185-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72086.html>
3. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>.
3. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: Учеб. пособие для студ. вузов / Под общ. ред. Е.С. Сахарчук. – М. : федеральное агентство по туризму, 2014. – 189с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11
11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»

13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат-интернет»

1. Библиотека психологической литературы [Электронный ресурс] – режим доступа: // <http://www.PSYLIB>.

Автор  Назарова Л.Х. – к.э.н., доцент кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рецензент  – Домра Ю.М., ст. преподаватель кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рассмотрена и актуализирована на заседании кафедры теории и методики сервиса и туризма «09» июня 2018г., протокол № 16.

Утверждена на совете ИЭПиУ «10» июля 2018г., протокол №10/37.