СОГЛАСОВАНА

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕНА

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

Рабочая программа дисциплины
«Развитие и продвижение туристских дестинаций России»

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование - бакалавриат

форма обучения
очная

год набора
2026

Санкт-Петербург
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* 4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7
5.1 Рекомендуемая литература 7
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства 7
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД) 8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 9

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование у обучающихся системы современных знаний и практических навыков по разработке, развитию, брендингу и продвижению туристских дестинаций Российской Федерации с использованием инструментов территориального маркетинга, цифровых коммуникаций, событийного туризма и механизмов государственно-частного партнерства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Развитие и продвижение туристских дестинаций России» относится к Блоку 1 учебного плана образовательной программы

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	ПК-1.2 Способен анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	**Знать:** ключевые экономические показатели деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания в контексте туристских дестинаций (выручка, себестоимость, рентабельность, ADR, RevPAR, Occupancy, Food Cost, Labor Cost, GOPPAR, туристский поток, средняя продолжительность пребывания, доля повторных визитов), отраслевые бенчмарки и нормативы по регионам и типам предприятий, специфику формирования доходов и затрат в разных сегментах дестинации (отели, рестораны, экскурсионные и досуговые услуги), методы экономического и туристско-экономического анализа (горизонтальный, вертикальный, факторный, сравнительный, маржинальный, анализ туристской нагрузки и мультипликативного эффекта), влияние сезонности, событийного календаря и инфраструктурных факторов на экономические результаты, принципы формирования управленческой и туристской отчётности (в т. ч. данные Росстата, региональных органов власти, систем бронирования и агрегаторов), основы оценки туристской привлекательности и её связи с экономическими показателями предприятий. **Уметь:** анализировать динамику экономических и туристских показателей предприятий дестинации и выявлять ключевые тренды, проводить

		план-факт-анализ по статьям доходов и расходов с учётом региональной и сезонной специфики, сопоставлять результаты деятельности предприятий с отраслевыми и региональными бенчмарками, выделять влияние факторов (турпоток, загрузка, средний чек, стоимость ресурсов, событийные мероприятия) на финансовые результаты, интерпретировать данные для обоснования управленческих решений на уровне отдельных предприятий и дестинации в целом, строить прогнозные модели с учётом туристской динамики и внешних факторов, выявлять зоны неэффективности и предлагать меры по оптимизации с учётом особенностей дестинации, учитывать мультипликативный эффект туристской деятельности при оценке результатов, формулировать выводы и рекомендации для администрации дестинации и бизнеса. Владеть навыками: работы с данными туристской и управленческой отчётности (PMS, CRM, системы бронирования, региональные базы данных, открытые источники Росстата, агрегаторы), проведения комплексного экономического и туристского анализа (сводные таблицы, графики динамики, матрицы отклонений, диаграммы Парето, карты туристских потоков), расчёта и интерпретации отраслевых и туристско-экономических метрик, построения финансовых и туристских моделей в Excel/Google Sheets (прогноз турпотока, выручки, загрузки, окупаемости проектов), применения факторного и сценарного анализа для оценки влияния управленческих решений, подготовки аналитических отчётов и презентаций с выводами для разных целевых аудиторий (администрация, инвесторы, предприятия дестинации), работы с большими массивами данных для выявления закономерностей и аномалий, оценки рисков и неопределённости в туристской экономике, использования цифровых инструментов и дашбордов для визуализации и мониторинга экономических и туристских результатов, коммуникации результатов анализа заинтересованным сторонам с обоснованием предлагаемых решений, применения методов оценки туристской нагрузки и устойчивости дестинации при анализе экономических показателей.
ПК-2 Способен оказывать услуги в соответствии с этнокультурными и	ПК-2.2 Способен адаптировать сервис под особенности разных культурных и религиозных	**Знать:** основные культурные и религиозные традиции ключевых туристских рынков (в т. ч. нормы этикета, пищевые ограничения, особенности коммуникации, восприятие личного пространства, отношение к

религиозными традициями потребителей	групп, избегая конфликтных ситуаций и обеспечивая уважительное отношение к традициям клиентов.	времени и сервису), специфику поведения и ожиданий туристов из разных регионов России и зарубежных стран, типовые точки напряжения в сервисе при взаимодействии с представителями разных культур (дресс-код, приветствия, жесты, обращение к персоналу, чаевые, фотофиксация), правила межкультурной коммуникации и этические нормы обслуживания, законодательные и отраслевые требования к обеспечению равного и уважительного доступа к услугам, способы адаптации сервиса без ущерба для операционной эффективности предприятия. **Уметь:** выявлять культурные и религиозные особенности гостей (через анкеты, предварительные бронирования, наблюдение, вопросы в корректной форме), адаптировать стандартные сервисные процедуры под запросы разных групп (размещение, питание, экскурсии, досуговые программы), подбирать корректные формулировки и каналы коммуникации с учётом культурных норм, предотвращать и деэскалировать потенциально конфликтные ситуации, связанные с различиями в традициях, интегрировать требования разных культурных групп в стандарты обслуживания и скрипты персонала, учитывать региональные и этнокультурные особенности при формировании туристских продуктов и маршрутов, оценивать риски культурной чувствительности при проектировании услуг и предлагать варианты их минимизации, согласовывать изменения в сервисе с внутренними подразделениями и поставщиками услуг. **Владеть навыками:** разработки адаптированных сервисных сценариев и карт пути клиента (CJM) для разных культурных аудиторий, применения инструментов кросс-культурного анализа при проектировании туристских услуг, работы с CRM и системами бронирования для фиксации и учёта индивидуальных культурных и религиозных предпочтений гостей, составления адаптированных описаний услуг и информационных материалов (с учётом норм восприятия, языка, символики), проведения инструктажей и тренингов для персонала по межкультурной коммуникации и обслуживанию разных групп туристов, использования чек-листов и стандартов для контроля соблюдения культурно-чувствительных требований, анализа отзывов и жалоб с точки зрения

		культурных различий и корректировки сервиса на их основе, применения техник активного слушания и эмпатической коммуникации для снижения рисков конфликтов, оформления внутренних регламентов и памяток по работе с культурно разнородной аудиторией, подбора и адаптации досуговых и экскурсионных программ под религиозные и культурные ограничения групп туристов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер и наименование теми/или разделов/тем	**Содержание дисциплины**	**Объем дисциплины (академические часы)**			
		Контактная работа			**СРО**
		ЗЛТ	**ПЗ**	**ЛР**	
1. Туристская дестинация как объект управления	Понятие туристской дестинации. Дестинация как элемент туристской системы. Формы управления туристской дестинацией. Модель Н. Лейпера. Модель Т. Бигера. Жизненный цикл туристской дестинации. Типы туристских дестинаций. Районирование и типология туристских дестинаций.	4	4		14
2. Туристский потенциал и ресурсы туристских дестинаций	Туристский потенциал территории. Методы оценки туристского потенциала. Туристские ресурсы как фактор развития туристских дестинаций. Классификация туристских ресурсов. Факторы формирования конкурентных преимуществ туристских территорий. Модель 6А туристской дестинации.	4	4		14
3.Кластерный подход и пространственное развитие туристских территорий	Туристско-рекреационные кластеры. Кластерный и традиционный секторальный подходы к развитию туристских дестинаций. Мастер-план туристской территории. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа. Российский и зарубежный опыт пространственного развития туристских территорий.	4	4		14
4.Маркетинг туристских дестинаций	Территориальный маркетинг как инструмент развития туристских дестинаций. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда территории. Факторы успеха территориального маркетинга. Маркетинговые исследования туристских территорий.	4	4		14
5. Маркетинговые стратегии развития туристских дестинаций	Понятие маркетинговой стратегии туристской дестинации. Маркетинговые стратегии по Ф. Котлеру. Классификация стратегий по форме и содержанию. Разработка стратегии продвижения туристской территории.	4	4		15
6.Брендинг туристских дестинаций	Брендинг территории как инструмент повышения конкурентоспособности. Концепция бренда туристской дестинации. Основные этапы брендирования. Разработка брендбука туристской территории. Формирование туристской идентичности региона	4	4		15
7.Конкурентоспособность и устойчивое развитие туристских дестинаций	Концепция конкурентоспособности туристской дестинации. Факторы конкурентных преимуществ. Теория М. Портера. Международные рейтинги конкурентоспособности туристских территорий. Устойчивое развитие туристских дестинаций. Экологические, экономические и социальные аспекты устойчивости	4	4		15
8.Современные	Цифровые технологии продвижения туристских территорий. Разработка комплексной стратегии	4	4		15

Номер и наименование теми/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
технологии развития и продвижения туристских дестинаций	развития и продвижения туристской дестинации. Анализ эффективности реализации проектов развития территории. Подготовка и защита проекта развития туристской дестинации.				
Форма контроля: экзамен					**36**
Итого:		**32**	**32**		**116**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторныхработ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, местои год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569499
Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 273 с.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589097
Рассохина, *Т. В.* Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 217 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16585-2.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/585490
Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20083-6.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557540

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- Офисное приложение - Р7-Офис;
- Антивирус - Kaspersky Endpoint Security

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Юрайт - https://urait.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru

3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ - https://www.garant.ru/

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Аудитория для проведения занятий лекционного типа

Специализированная мебель, учебно-наглядные пособия и технические средства обучения: динамики, проектор, экран, ноутбук/ПК

Аудитория для проведения занятий семинарского типа

Специализированная мебель для деловых игр, наборы демонстрационного оборудования, макеты, наглядные учебные пособия. Технические средства обучения: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, телевизор.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со ***следующими*** документами:

– учебно-методической документацией;

– локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

– графиком консультаций сотрудников профессорско- преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях ***семинарского*** типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям, обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-***преподавательского*** состава согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на ***формирование***:

– фундаментальных основ мировоззрения, обучающихся и естественнонаучного познания;

– базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую ипрофессиональную основу для подготовки кадров;

– профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;

– индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций, дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний,

определяемыепредставителями рынка труда;

– метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.