

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 30.06.2026 21:27:03

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Креативные индустрии в сфере туризма и гостеприимства**

Направление подготовки  
43.04.02 Туризм

Направленность (профиль) программы магистратуры  
43.04.02.01 Проектирование в индустрии туризма

Для набора 2026 года

Квалификация  
Магистр

**КАФЕДРА            Антикризисное и корпоративное управление****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	2	2	2	2
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	26	26	26	26
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	36	36	36	36

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Панфилова Е. А.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Т.Ю. Синюк

Методический совет направления: к.э.н., доцент Т.Ю. Синюк

Директор института магистратуры: д.э.н., профессор Е.А. Иванова

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	изучение инновационных подходов и креативных практик, способствующих развитию туристического бизнеса и улучшению клиентского опыта через дизайн, маркетинг, экономику впечатлений, креативные индустрии и туризм
-----	--

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма**

**ПК-2. Способен разрабатывать проекты по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

технологическую концепцию туристского предприятия (соотнесено с индикатором ОПК 1.1)  
основы экономики, организации труда и управления, виды организационно-управленческих инноваций, признаки отнесения инноваций к организационно-управленческим, методы управления инновациями и нововведениями, законы и иные нормативно правовые акты РФ и субъектов РФ в сфере туризма, экскурсионного дела, отраслевые правила и стандарты (соотнесено с индикаторами ПК 2.1)

**Уметь:**

управлять процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма (соотнесено с индикатором ОПК 1.2)  
проводить анализ практики применения организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма; проводить оценку экономической эффективности проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, проводить оценку состояния рынка экскурсионных и туристических услуг, разрабатывать программы экскурсионных услуг и проекты запуска туристского продукта (соотнесено с индикаторами ПК 2.2)

**Владеть:**

владеть способами организации процесса внедрения программного обеспечения в сфере туризма (соотнесено с индикатором ОПК 1.3)  
владеть технологиями представления и обоснования перед собственниками бизнеса видов работ по разработке и реализации проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, технологиями разработки и запуска новых туристских продуктов и проектов (соотнесено с индикаторами ПК 2.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Основы креативных индустрий в туризме

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Введение в креативные индустрии Анализ рынка креативных индустрий Туризм как сектор креативной экономики: обзор методик оценки	Лекционные занятия	1	2	ОПК-1 ПК-2
1.2	Модель развития рынка туризма и HoReCa Отрасли экономики, использующие ресурсы наследия	Практические занятия	1	2	ОПК-1 ПК-2

#### Раздел 2. Креативный маркетинг и управление в туристическом бизнесе

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Развитие событийного туризма, инновационные подходы к продвижению туристических продуктов Креативный маркетинг в туристической сфере	Практические занятия	1	2	ОПК-1 ПК-2
2.2	Креативные кластеры Инновационные подходы к привлечению туристов Работа с большими данными и туристические тренды Продвижение событийного туризма Разработка коммуникационных материалов туристического предложения проектирование креативной экскурсии; проектирование туристического события; проектирование авторского туристического маршрута; разработка концепции и арт-проекта тематического (креативного) отеля; разработка концепции и арт-проекта тематической (креативной) туристической аттракции; разработка концепции проекта по развитию туристической территории, в т.ч. с комплексом маркетинговых инструментов	Самостоятельная работа	1	26	ОПК-1 ПК-2

2.3	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	1	4	ОПК-1 ПК-2
-----	---------------------------------------	-------	---	---	---------------

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Туманян Ю. Р., Ищенко-Падукова О. А., Мовчан И. В.	Архитектоника креативного потенциала экономики: императивы и социомаркеры: монография	Ростов-на-Дону, Таганрог: Южный федеральный университет, 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Ахметова, Г. З., Иванов, В. Н., Маковецкий, М. Ю., Рудаков, Д. В.	Креативный менеджмент: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	ЭБС «IPR SMART»
3	Очилова Х. Ф., Амонбоев М.	Маркетинг туризма: учебник	Москва: Директ-Медиа, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Макринова Е. И., Симонова Т. Ю., Святая Е. О.	Технологии продаж в туризме и гостеприимстве: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Ден В. Г., Коноплева Н. А.	Гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания населения Дальнего Востока и продвижения бренда «Дальневосточная кухня» (на примере Приморского края): монография	Москва: Директ-Медиа, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Агапова, Е. Н., Бавина, П. А., Панфилова, А. П., Петрова, А. Л., Черненко, М. А., Шуляко, К. Д., Трифанов, М. А., Егорова, Е. В., Синёва, А. Ю., Осипова, С. И., Запесочная, А. А., Мироненко, П. А., Панфиловой, А. П., Сычёвой, С. М.	Система 4К: коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа: учебно-практическое пособие	Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2022	ЭБС «IPR SMART»
7	Беляцкий, Н. П.	Креативный менеджмент: учебник	Минск: Вышэйшая школа, 2022	ЭБС «IPR SMART»
8	Аржанова К. А., Васильева О. А., Довжик Г. В., Довжик В. Н.	Креативные проекты формирования и продвижения территориальных брендов областей РФ: монография	Москва: ОнтоПринт, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
9	Аликперов И. М.	Фандрайзинг в креативных индустриях: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
10	Коломиец А. И.	Мировая индустрия гостеприимства: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
11		Основы гостеприимства: курс лекций: курс лекций	Москва: Директ-Медиа, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
12	Васильева О. Н., Казакова А. В., Меркулина И. А., Пономарева М. А., Харитоновна Н. А.	Бизнес-планирование в туризме: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

##### 5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

**5.3. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС

Офисный пакет Libre Office (кроссплатформенное свободно распространяемое программное обеспечение)

**5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-1: Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма			
З.: технологическую концепцию туристского предприятия	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных связанных с технологической концепцией туристского предприятия	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
У: управлять процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки состояния технологических бизнес-процессов на предприятиях индустрии гостеприимства, определяет ключевые технологические туристские новации, на основе которых формирует технологическую концепцию туристского предприятия; оценивает эффективность и обосновывает внедрение современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности продуктов и объектов сферы туризма	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: владеть способами организации процесса внедрения программного обеспечения в сфере туризма	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствие с проблемой исследования; демонстрирует готовность к организации процесса внедрения перспективных технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)

		из информационных ресурсов Интернет	
ПК-2: Способен разрабатывать проекты по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма			
З: основы экономики, организации труда и управления, виды организационно-управленческих инноваций, признаки отнесения инноваций к организационно-управленческим, методы управления инновациями и нововведениями, законы и иные нормативно правовые акты РФ и субъектов РФ в сфере туризма, экскурсионного дела, отраслевые правила и стандарты	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых деятельности гостиничных предприятий	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
У: проводить анализ практики применения организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма; проводить оценку экономической эффективности проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, проводить оценку состояния рынка экскурсионных и туристических услуг, разрабатывать программы экскурсионных услуг и проекты запуска туристского продукта	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки разрабатываемых и реализуемых проектов в гостиничном бизнесе	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: владеть технологиями представления и обоснования перед собственниками бизнеса видов работ по разработке и реализации проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, технологиями разработки и запуска новых туристских продуктов и проектов	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования; оценка разрабатываемых и реализуемых проектов в индустрии гостеприимства	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)

## 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Зачет:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### **Вопросы к зачету**

1. Инновационные основы современных моделей управления туристской отраслью
2. Креативные инновационные проекты в региональных практиках развития туризма
3. Что такое креативные индустрии и как они соотносятся с туризмом?
4. Как креативные индустрии влияют на экономику туризма?
5. Основные принципы креативного маркетинга в туризме?
6. Приведите примеры успешных рекламных кампаний в туристической сфере.
7. Какие элементы дизайна важны для создания привлекательного туристического сайта?
8. Как интерьеры гостиниц могут повлиять на впечатления клиентов?
9. Как технологии изменяют туристический опыт?
10. Что такое «умный туризм» и как он реализуется на практике?
11. Приведите примеры использования виртуальной и дополненной реальности в туристическом бизнесе.
12. Как креативные индустрии могут способствовать устойчивому развитию туризма?
13. В чем заключается роль культурного наследия в креативных индустриях туризма?
14. Какие этические нормы должны соблюдаться в области креативного туризма?
15. Каковы потенциальные риски креативного подхода в туризме?
16. Каковы основные тренды креативных индустрий в сфере туризма на ближайшие годы?
17. Какие навыки необходимы специалистам в области креативных индустрий в туризме?
18. Инновационная туристская концепция как способ продвижения региона
19. Практики инновационных и нестандартных управленческих решений в туризме
20. Креативные технологии брендинга в региональном туризме
21. Тренды гостиничной индустрии в системе организации туристских услуг
22. Технологические новации туристского сервиса: примеры и практики
23. Стратегии инновационного развития туристской отрасли России
24. Понятие креативного туризма и примеры его развития в городах

### **Критерии оценивания:**

Оценки «зачтено» (от 50 до 100 баллов) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.

Оценка «незачтено» (от 0 до 49 баллов) выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

### **Кейсовые задания**

Кейсовое задание 1: Креативные инновационные проекты в региональных практиках развития

туризма

Практическая работа в форме Case-box с презентацией результатов

Задание - изучить типы инноваций на примере практики креативных инновационных проектов ведущих туристских региональных дестинаций.

Кейсовое задание 2: Креативные технологии в брендинге

Задача: рассмотреть параметры креативной технологии в форме туристского брендинга, изучить примеры воздействия технологии брендинга на уровень развития туризма в дестинации, определить технологии креативного брендинга в туристской отрасли

Кейсовое задание 3: Концептуальные инновации в индустрии гостеприимства

Задача: Приведите примеры концептуальных инноваций в туризме / гостиничном деле / менеджменте туристской деятельности. Что стимулирует инновационную деятельность в этой отрасли?

Кейсовое задание 4: Туристический кластер

Задача: На основе принципов бенчмаркинга проведите анализ деятельности двух инновационных туристских кластеров в двух странах (1 в стране по варианту, 1 – в РФ). Выделите принципы лидерства компаний, основные инновационные стратегии, различия и сходства в институциональной структуре и другие различия и сходства между ними. Варианты стран для анализа кластеров в сфере туризма: США, ЕС, Китай, Израиль, Индия.

.

Кейсовое задание 5: ОЭЗ туристско-рекреационного типа

Задача: Исследуйте ОЭЗ туристско-рекреационного типа, выберите одну из зон, проанализируйте развитие креативного туризма в данной зоне, приведите примеры реализации креативного туризма в выбранной ОЭЗ. Для ознакомления с ОЭЗ используйте сайт - [https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe\\_razvitiye/instrumenty\\_razvitiya\\_territoriy/osoby\\_e\\_ekonomicheskie\\_zony/oez\\_turistsko\\_rekreacionnogo\\_tipa/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitiye/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_e_ekonomicheskie_zony/oez_turistsko_rekreacionnogo_tipa/)

#### **Критерии оценивания:**

- 20 - 25 баллов выставляется обучающемуся, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной темы дисциплины в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; грамотное и логически стройное изложение материала при обосновании вывода;
- 14-19 баллов - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины
- 8-13 баллов - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-7 баллов - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Название игры: «Креативный туристический проект»

Цели игры

Развить навыки командной работы

Способствовать креативному мышлению

Познакомить участников с основами разработки туристических продуктов

Продолжительность 2-3 часа

Подготовка

Участники: 5-15 человек, разбитых на 2-3 команды.

Материалы:

Флипчарты или доски

Маркеры

Бумага и ручки

Презентационное оборудование (если необходимо)

Описание игры

Этап 1: Введение (15 минут)

Игроки делятся на команды из 3-5 человек.

Объясните цели игры и основные темы креативного туризма.

Этап 2: Генерация идеи (30 минут)

Каждая команда получает один из предложенных «тематических наборов», включающих:

Тип туризма (гастрономический, культурный, приключенческий и т.д.)

Место или город

Целевая аудитория (семьи, молодежь, пожилые люди и т.д.)

Команды должны в течение 30 минут разработать уникальный туристический продукт, учитывая заданные аспекты.

Этап 3: Разработка концепции (45 минут)

Команды разрабатывают концепцию своего продукта, включая:

Название

Описание

Уникальные предложения (что делает продукт уникальным)

Маркетинговая стратегия (как будут привлечены туристы)

Важно, чтобы команды подготовили краткую презентацию (5-10 минут) о своем продукте.

Этап 4: Презентация идей (1 час)

Каждая команда представляет свой продукт остальным участникам.

По завершении каждой презентации — 5 минут вопросов и ответов.

Этап 5: Оценка и завершение (30 минут)

Участники голосуют за лучшие идеи по следующим критериям:

Креативность

Жизнеспособность

Понимание целевой аудитории

Маркетинговая стратегия

Результаты работы группы презентуются ее представителем в виде короткого доклада, а затем подвергаются обсуждению.

*Примечания и рекомендации.* Данный вид работы проводится в группах. Число групп участников может быть любым, но не желательно, чтобы число студентов в одной группе выходило за рамки 5-15 человек. Работу группы рекомендуется оценивать не только по качеству представленных результатов, но и по степени участия ее в обсуждении, т. е. по содержанию задаваемых членами группы вопросов и по качеству ответов на задаваемые их докладчику вопросы. Вопросы представителю каждой группы могут задаваться только после того, как оно кончит свой доклад. Отвечать на вопросы может как сам докладчик, так и его команда.

### **Критерии оценивания:**

17-25 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

13 - 16 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

7-12 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-6 балла, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

### **Перечень тем для доклада**

1. Развитие креативных индустрий и их вклад в туристический бизнес?
2. Современные методы креативного маркетинга, включая digital marketing, контент-маркетинг и социальные сети и примеры их применения в креативном туризме?
3. Изучение методов создания уникальных и персонализированных туристических продуктов и услуг.
4. Внедрение технологий (например, VR, AR) в туристический опыт.
5. Ключевые тренды в развитии веб-технологий для туризма?
6. Моделирование сценариев для применения инновационных технологий.
7. Роль местных культур в создании уникального туристического опыта.
8. Исследование актуальных трендов и потребительских предпочтений в туристической сфере.
9. Использование аналитических инструментов для отслеживания поведения пользователей и оценки эффективности маркетинговых кампаний.
10. 10 типов инноваций Ларри Кили и их применимость в гостиничной сфере

### **Критерии оценки:**

- 20-25 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

- 14-19 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

- 8-13 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

- 0- 7 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

### **Темы презентаций**

1. Туризм – драйвер развития креативных индустрий на Юге РФ
2. Национальный туристический рейтинг
3. Бренды регионов России: характеристика, примеры
4. Креативное гостеприимство
5. Роль региональных брендов в продвижении территорий
6. Креативные индустрии: поручения Президента РФ в 2024 – 2025 гг.

7. Влияние новых технологий на креативный туризм: новые технологических решений (VR, AR, мобильные приложения), которые делают туризм более интерактивным и привлекательным.
8. Интерактивные достопримечательности: сервисы и практика применения
9. Виртуальные туры
10. Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства
11. Методики оценки туризма как сектора креативной экономики
12. Туризм как креативная отрасль и ее формы гос. поддержки
13. Креативные маршруты: создание уникальных туристических путей
14. Гастрономический туризм: кулинарные фестивали как креативная форма путешествий
15. Социальный туризм: развитие креативных программ для улучшения качества жизни местных сообществ

#### **Критерии оценки:**

- 20-25 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации.
- 14-19 баллов, если раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса
- 8-13 баллов, если обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты
- 0-7 баллов, если не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в задании на зачет – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекционные занятия;
- практические занятия.

В ходе лекционных и практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются умения управления консалтинговой деятельностью, ее регулирование; навыками межпрофессионального взаимодействия.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат или презентацию по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекционных и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации магистры могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.