

Установа адукацыі
«Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

Факультэт інфармацыйна-дакументных камунікацый
Кафедра гісторыі Беларусі і музейзнаўства

УЗГОДНЕНА

Загадчык кафедры

_____ М.А. Бяспалая

« ___ » _____ 2019 г.

УЗГОДНЕНА

Дэкан факультэта

_____ Ю.М. Галкоўская

« ___ » _____ 2019 г.

ВУЧЭБНА-МЕТАДЫЧНЫ КОМПЛЕКС
ПА ВУЧЭБНАЙ ДЫСЦЫПЛІНЕ

ІНАВАЦЫЙНЫЯ МЕТАДЫ Ў ПРАДВІЖЭННІ ТУРПРАДУКТА

па спецыяльнасці II ступені вышэйшай адукацыі 1-23 80 02
Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны

Складальнік:

Герасіме́нак Д.В., старшы выкладчык кафедры гісторыі Беларусі і
музейзнаўства, кандыдат культуралогіі

Разгледжана і зацверджана

на пасяджэнні Савета ўніверсітэта 19.11. 2019 г.

пракакол № 3

Электронны вучэбна-метадычны комплекс складзены на аснове тыпавога вучэбнага плана па спецыяльнасці II ступені вышэйшай адукацыі 1-23 80 02 Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны рэг. № E23-2-002/ пр-тып. ад 21.03.2019 г.

СКЛАДАЛЬНІК

Д.В. Герасіме́нак, старшы выкладчык кафедры гісторыі Беларусі і музейзнаўства ўстанова адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў», кандыдат культуралогіі

РЭЦЭНЗЕНТЫ

Я.Л. Іванова, намеснік дырэктара па лічбавым тэхналогіям і сувязях з грамадскасцю дзяржаўнай ўстанова «Нацыянальны гістарычны музей Рэспублікі Беларусь», кандыдат культуралогіі;

С.А. Пацыенка, дацэнт кафедры менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстанова адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў», кандыдат культуралогіі, дацэнт

РЭКАМЕНДАВАНА ДА ЗАЦВЯРДЖЭННЯ:

Кафедрай гісторыі Беларусі і музейзнаўства ўстанова адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

(пракакол № __ ад ____ .2019 г.);

Прэзідыумам навукова-метадычнага савета ўстанова адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

(пракакол № __ ад ____ .2019 г.).

ЗМЕСТ

| | |
|---|----|
| 1. ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПСКА | 4 |
| 2. ТЭАРЭТЫЧНЫ РАЗДЗЕЛ | 7 |
| 2.1 План-канспект лекцый | 7 |
| 3. ПРАКТЫЧНЫ РАЗДЗЕЛ | 9 |
| 3.1 Тэматыка семінарскіх заняткаў | 9 |
| 4. РАЗДЗЕЛ КАНТРОЛЯ ВЕДАЎ | 10 |
| 4.1 Заданні да самастойнай работы студэнтаў | 10 |
| 4.2 Пытанні да экзамену | 11 |
| 5. ДАПАМОЖНЫ РАЗДЗЕЛ | 13 |
| 5.1 Тэматычны план | 13 |
| 5.2 Асноўная літаратура | 15 |
| 5.3 Дадатковая літаратура | 15 |

ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА

Актуальнасць вывучэння вучэбнай дысцыпліны «Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта» абумоўлена тым, што інавацыі ва ўсіх напрамках дзейнасці сучаснага прадпрыемства забяспечваюць ўстойлівасць і паспяховасць яго развіцця. Інавацыйныя працэсы адбываюцца пры засваенні новых тэхналогій, формах менеджменту і маркетынгу, стварэнні турыстычнага прадукту. У сувязі з гэтым вывученне інавацыйных метадаў ў прадвіжэнні турпрадукта з'яўляецца неабходнай умовай падрыхтоўкі спецыялістаў па спецыяльнасці “Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны”.

Асноўная *мэта* вывучэння вучэбнай дысцыпліны: знаёмства з тэарэтычнымі асновамі, агульнымі прынцыпамі, фактарамі і тэндэнцыямі інавацыйнай дзейнасці ў турызме.

Задачы вывучэння вучэбнай дысцыпліны: азнаёміць будучых спецыялістаў з найноўшымі тэндэнцыямі ў сферы турызму; навучыць магістрантаў практычным навыкам ўкаранення інавацыйных тэхналогій у дзейнасць турыстычнага прадпрыемства і напрамкам выкарыстання інфармацыйных тэхналогій пры арганізацыі турыстычнай дзейнасці.

Зместам вучэбнай дысцыпліны «Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта» прадугледжана фарміраванне наступных кампетэнцый у адпаведнасці з адукацыйным стандартам вышэйшай адукацыі другой ступені на спецыяльнасці 1-23 80 02 Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны.

Спецыяльныя кампетэнцыі:

СК-7. Валодаць сучаснай метадыкай распрацоўкі канцэпцыі эфектыўнай стратэгіі і тактыкі функцыянавання турыстычнага прадпрыемства, фарміраваць актыўную палітыку па прадвіжэнню яго прадукта, умець забяспечваць сістэму мер па павышэнню якасці прадастаўляемых ім паслуг;

СК-12. Валодаць уменнем распрацоўваць турыстычныя праекты, грунтуючыся на сучасных метадыках брэндзіравання і тэорыях турыстычнай камунікацыі.

У выніку вывучэння дысцыпліны магістрант павінен:

ведаць:

- сутнасць і нацыянальныя асаблівасці развіцця турызму ў Рэспубліцы Беларусь;
- сутнасць і структуру турыстычнай індустрыі, яе дасягненні на сучасным этапе;
- ролю і месца інфармацыйных тэхналогій у прафесійнай дзейнасці.

умець:

- аналізаваць кампаненты і асаблівасці функцыянавання турыстычнай індустрыі;
- характарызаваць асаблівасці фарміравання і перспектывы развіцця беларускага турызму;
- прымяняць на практыцы тэхналогіі арганізацыі ўязнога і выязнога турызму;
- планаваць дзейнасць турыстычнага прадпрыемства на розных стадыях яго развіцця.

валодаць:

- практычнымі навыкамі арганізацыі турыстычнай дзейнасці;
- метадамі арганізацыі выязнога і ўязнога турызму.

Пры выкладанні вучэбнай дысцыпліны «Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта» ўлічваецца яе сувязь з вучэбнымі дысцыплінамі «Актуальныя пытанні музейнай справы», «Гісторыя і метадалогія вывучэння культурнай спадчыны», «Музеефікацыя і актуалізацыя культурнай спадчыны» і іншымі дысцыплінамі, якія служаць падмуркам у набыцці прафесійных ведаў па спецыяльнасці «Музейная справа і ахова гісторыка-культурнай спадчыны».

У адпаведнасці з вучэбным планам, на вывучэнне вучэбнай дысцыпліны «Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта» прадугледжана 100 гадзін, з якіх 44 – аўдыторныя. Прыкладнае размеркаванне аўдыторных гадзін па відах заняткаў: лекцыі – 26 гадзіны, семінарскія заняткі – 18 гадзіны.

Рэкамендаваная форма кантролю ведаў магістрантаў – экзамен.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

2. ТЭАРЭТЫЧНЫ РАЗДЗЕЛ

2.1 План-канспект лекцый

Тэма 1. Уводзіны

Паняцце і сутнасць інавацый. Роля інавацыйных працэсаў у сучасным грамадстве. Жыццёвы цыкл інавацый, іх функцыі. Крыніцы інавацыйных магчымасцяў. Тэорыі інавацыйных працэсаў. Асноўныя фактары эфектыўнага ўкаранення інавацый у вытворчую дзейнасць.

Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта як вучэбная дысцыпліна. Прадмет і задачы курса. Сувязь інавацыйных метадаў ў прадвіжэнні турпрадукта з іншымі вучэбнымі дысцыплінамі.

Тэма 2. Класіфікацыя інавацый і інавацыйных працэсаў у турызме

Віды інавацый, іх прымяненне і роля ў турызме. Упраўленчыя, арганізацыйныя, вытворчыя інавацыі і інш. Інавацыйны працэс як інструмент рэалізацыі інавацыйнай стратэгіі ў турызме і яго спецыфіка на сучасным этапе развіцця грамадства.

Інавацыйныя працэсы на турыстычных прадпрыемствах, транспарце і сродках размяшчэння. Развіццё інфармацыйных тэхналогій. Глобальныя сістэмы браніравання: AMADEUS, GALILEO, SABRE. Электронная камерцыя ў турызме. Турыстычныя рэсурсы глабальнай сеткі Інтэрнэт.

Тэма 3. Інавацыйны маркетынг і менеджмент у турызме

Паняцце інавацыйнага маркетынгу, яго віды і прынцыпы. Стратэгічны інавацыйны маркетынг. Аператыўны інавацыйны маркетынг. Этапы распрацоўкі новага турыстычнага прадукту. Прадвіжэнне новага турпрадукту на рынак. Працэс прыняцця новага турпрадукту пакупніцкай аўдыторыяй. Выбар стратэгіі коштаўтварэння на новы турпрадукт.

Паняцце інавацыйнага менеджменту, функцыі і задачы. Практычныя прыёмы інавацыйнага менеджменту. Упраўленне інавацыйнымі рызыкамі на турыстычных прадпрыемствах. Стратэгічнае кіраванне інавацыямі як складовая частка інавацыйнага менеджменту ў турызме.

Тэма 4. Інавацыйнае асяроддзе турыстычнага прадпрыемства

Фактары, якія ўплываюць на інавацыйнае асяроддзе турыстычнай фірмы. Фактары мікра- і макраасяроддзя. Праблемы, звязаныя з кіраваннем інавацыйным асяроддзем турыстычнай фірмы: складанасць, зменлівасць, асіметрычнасць інфармацыі і інш. Інавацыйная палітыка дзяржавы ў галіне турызму: асноўны змест, задачы і кірункі. Інавацыйная палітыка турыстычнага прадпрыемства: сутнасць і мэты. Асноўныя этапы распрацоўкі інавацыйнай палітыкі на турыстычным прадпрыемстве.

Тэма 5. Ацэнка эфектыўнасці інавацый у турызме

Паняцце ацэнкі эфектыўнасці інавацыйных праектаў у турызме. Паказчыкі эфектыўнасці: камерцыйная, бюджэтная і эканамічная эфектыўнасць інвестыцыйных праектаў і да т.п. Крытэрыі ацэнкі інвестыцыйнага праекта: мэты арганізацыі, стратэгія, палітыка, каштоўнасці; фінансавыя крытэрыі; навукова-тэхнічныя крытэрыі; вытворчыя крытэрыі; знешнія і экалагічныя крытэрыі. Фактары нявызначанасці і рызыкі, іх улік пры выбары праекта. Метады выбару аптымальнай альтэрнатывы інвестыцыйнага праекта для рэалізацыі: метады тэрміну самаакупнасці, метады індэксу даходнасці, метады чыстага дыскантаванага даходу, метады ўнутранай нормы даходнасці, метады пераліку крытэрыяў; бальны метады і інш.

3. ПРАКТЫЧНЫ РАЗДЗЕЛ

3.1 Тэматыка семінарскіх заняткаў

Тэма №1. Інавацыйны маркетынг і менеджмент у турызме

1. Паняцце інавацыйнага маркетынгу, яго віды і прынцыпы.
2. Этапы распрацоўкі новага турыстычнага прадукту.
3. Прадвiжэнне новага турпрадукту на рынак.
4. Паняцце інавацыйнага менеджменту, функцыі і задачы.
5. Стратэгічнае кіраванне інавацыямі ў турызме.

Тэма №2. Інавацыйнае асяроддзе турыстычнага прадпрыемства

1. Фактары мікра- і макраасяроддзя турыстычнай фірмы.
2. Упраўленне інавацыйным асяроддзем турыстычнай фірмы.
3. Інавацыйная палітыка дзяржавы ў галіне турызму.
4. Інавацыйная палітыка турыстычнага прадпрыемства.
5. Асноўныя этапы распрацоўкі інавацыйнай палітыкі на турыстычным прадпрыемстве.

Тэма №3. Ацэнка эфектыўнасці інавацый у турызме

1. Ацэнка эфектыўнасці інавацыйных праектаў у турызме.
2. Паказчыкі эфектыўнасці інвестыцыйных праектаў.
3. Крытэрыі ацэнкі інвестыцыйнага праекта.
4. Фактары нявызначанасці і рызыкі, іх улік пры выбары праекта.

4. РАЗДЕЛ КАНТРОЛЯ ВЕДАЎ

4.1 Заданні да самастойнай работы студэнтаў

Характарыстыка рэкамендуемых метадаў выкладання

Пры арганізацыі выкладання вучэбнай дысцыпліны «Інавацыйныя метады ў прадвіжэнні турпрадукта» рэкамендуецца выкарыстоўваць традыцыйныя формы і метады навучання магістрантаў: лекцыйныя і семінарскія заняткі, а таксама элементы самастойнай работы.

У лік эфектыўных педагогічных тэхналогій, якія спрыяюць развіццю ў магістрантаў крытычнага мыслення, вопыту фарміравання і выкарыстання інструментарыя вучэбна-даследчай дзейнасці, ролевага і імітацыйнага мадэлявання, магчымасці творча засвойваць новы вопыт, вылучаюцца тэхналогіі: праблемнага навучання; развіцця крытычнага мыслення; праектнага навучання; камунікацыйныя і інфармацыйныя тэхналогіі; тэхналогіі вучэбна-даследчай дзейнасці; метады аналізу канкрэтных сітуацый; іншыя інавацыйныя і інтэрактыўныя метадыкі.

Метадычныя рэкамендацыі па арганізацыі і выкананні самастойнай работы магістрантаў

Арганізацыя самастойнай работы магістрантаў прадугледжвае падрыхтоўку магістрантамі інфармацыйных матэрыялаў на адпаведную тэматыку, мультымедыя прэзентацый па асобных падразделах курса, вывучэння дадатковых крыніц і літаратуры, падрыхтоўцы да экзамена і інш.

Самастойная работа магістрантаў накіравана на:

- фарміраванне навыкаў пошуку і аналізу розных відаў інфармацыі;
- засваенне, сістэматызацыю і трансляцыю атрыманых ведаў у будучай прафесійнай дзейнасці;
- развіццё дадатковых навукова-даследчых навыкаў.

Кантроль за выкананнем самастойнай работы з'яўляецца бягучым і рэалізуецца праз электронную пошту, індывідуальныя кансультацыі, падчас лекцыйных і семінарскіх заняткаў, а таксама падчас правядзення экзамена.

Пералік рэкамендуемых сродкаў дыягностыкі вынікаў вучэбнай дзейнасці магістрантаў

Арганізацыя вучэбнай работы магістрантаў накіравана на засваенне лекцыйнага матэрыялу, а таксама на самастойны пошук і падрыхтоўку інфармацыйных матэрыялаў да семінарскіх заняткаў па вучэбнай дысцыпліне.

Для дыягностыкі атрыманых магістрантамі ведаў прадугледжваецца выкарыстанне наступных сродкаў:

- тэставыя заданні па асобных падраздзелах і дысцыпліне ў цэлым;
- пісьмовыя работы па асобных падраздзелах дысцыпліны;
- мультымедыя прэзентацыі па асобных падраздзелах дысцыпліны;
- выступленні магістрантаў на семінарскіх занятках па самастойна падрыхтаваных тэмах.

Выніковая ацэнка вынікаў вучэбнай дзейнасці прадугледжвае правядзенне экзамена.

4.2 Пытанні да экзамену

1. Паняцце і сутнасць інавацый. Роля інавацыйных працэсаў у сучасным грамадстве.
2. Жыццёвы цыкл інавацый, іх функцыі.
3. Асноўныя фактары эфектыўнага ўкаранення інавацый у вытворчую дзейнасць.
4. Віды інавацый, іх прымяненне і роля ў турызме. Упраўленчыя, арганізацыйныя, вытворчыя інавацыі і інш.
5. Інавацыйныя працэсы на турыстычных прадпрыемствах, транспарце і сродках размяшчэння.

6. Развіццё інфармацыйных тэхналогій. Глобальныя сістэмы браніравання.
Электронная камерцыя ў турызме.
7. Паняцце інавацыйнага маркетынгу, яго віды і прынцыпы.
8. Этапы распрацоўкі новага турыстычнага прадукту.
9. Прадвіжэнне новага турпрадукту на рынак.
10. Паняцце інавацыйнага менеджменту, функцыі і задачы.
11. Стратэгічнае кіраванне інавацыямі ў турызме.
12. Фактары мікра- і макраасяроддзя турыстычнай фірмы.
13. Упраўленне інавацыйным асяроддзем турыстычнай фірмы.
14. Інавацыйная палітыка дзяржавы ў галіне турызму.
15. Інавацыйная палітыка турыстычнага прадпрыемства.
16. Асноўныя этапы распрацоўкі інавацыйнай палітыкі на турыстычным прадпрыемстве.
17. Ацэнка эфектыўнасці інавацыйных праектаў у турызме.
18. Паказчыкі эфектыўнасці інвестыцыйных праектаў.
19. Крытэрыі ацэнкі інвестыцыйнага праекта.
20. Фактары нявызначанасці і рызыкі, іх улік пры выбары праекта.

5. ДАПАМОЖНЫ РАЗДЗЕЛ

5.1 Тэматычны план

Дзённая форма навучання

| Нумар раздзела, тэмы | Назва раздзела, тэмы | Колькасць аўдыторных гадзін | | Колькасць гадзін КСР | Форма кантролю ведаў |
|----------------------|--|-----------------------------|---------------------|----------------------|---|
| | | Лекцыі | Семінарскія заняткі | | |
| | Уводзіны | 0,5 | | | |
| 1. | Класіфікацыя інавацый і інавацыйных працэсаў у турызме | 3,5 | 2 | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне |
| 2. | Інавацыйны маркетынг і менеджмент у турызме | 6 | 4 | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, пісьмовая работа, дыскусія |
| 3. | Інавацыйнае асяроддзе турыстычнага прадпрыемства | 6 | 4 | 2 | Выбарачнае апытанне, пісьмовая работа, дыскусія |
| 4. | Ацэнка эфектыўнасці інавацый у турызме | 6 | 4 | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, пісьмовая работа, дыскусія |
| | Разам: | 22 | 14 | 8 | |

Завочная форма навучання

| Нумар раздзела, тэмы | Назва раздзела, тэмы | Колькасць аўдыторных гадзін | | Форма кантролю ведаў |
|----------------------|--|-----------------------------|---------------------|---|
| | | Лекцыі | Семінарскія заняткі | |
| | Уводзіны | 0,5 | | |
| 1. | Класіфікацыя інавацый і інавацыйных працэсаў у турызме | 1,5 | | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, пісьмовая работа |
| 2. | Інавацыйны маркетынг і менеджмент у турызме | 2 | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, пісьмовая работа, дыскусія |
| 3. | Інавацыйнае асяроддзе турыстычнага прадпрыемства | | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, дыскусія |
| 4. | Ацэнка эфектыўнасці інавацый у турызме | 2 | 2 | Выбарачнае апытанне, тэставае заданне, пісьмовая работа |
| | Разам: | 6 | 6 | |

5.2 Асноўная літаратура

1. Денисов, Д.П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции / Д.П. Денисов. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 112 с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 250 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 1071 с.
4. Малахова, Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – 2-е изд., допол. и перераб. – Ростов-н/Дону : Феникс : МарТ, 2010. – 244 с.

5.3 Дадатковая літаратура

1. Баумгартен, Л. В. Управление качеством в туризме: практикум / Л. В. Баумгартен. – М. : КноРус, 2010. – 284 с.
2. Гурьянова, Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов / Ф.А. Гурьянова, Л.А. Зуева, Л.А. Родигин ; Российская международная академия туризма. – Москва : Советский спорт, 2010. – 136 с.
3. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: монография / Е.Г. Киреенко [и др.]; под общ. ред. Е.Г. Киреенко, Д.Г. Решетникова. – Минск: БГПУ, 2010. – 280 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2006. – 656 с.
5. Маркетинг в туристской индустрии / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва : Юнити, 2016. – 303 с.
6. Мухина, А.Ю. Роль рекламы и PR-компаний в туристическом бизнесе / А.Ю. Мухина. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 97 с.

7. Скляр, М. Public Relations в системе маркетинга коммуникаций туроператора / М. Скляр. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 136 с.
8. Скобкин, С.С. Менеджмент в туризме / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2011. – 447 с.
9. Туризм и отдых [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.tio.by/>
10. Фролов, М.В. Применение интеграционных маркетинговых коммуникаций в туристическом бизнесе / М.В. Фролов. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 89 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ