

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет туризма и сервиса»  
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор



Е.С. Погребова

20 22 г.

**ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**“Создание, адаптация и продвижение комплексного конкурентоспособного туристского продукта, ориентированного на прием китайского туристического потока”**

Московская область, 2022

## **1. Аннотация программы**

**1.1. Цель программы** – получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации по направлению создания, адаптации и продвижения комплексного конкурентоспособного туристского продукта, ориентированного на прием китайского туристического потока.

### **1.2. Планируемые результаты освоения программы:**

- усовершенствованы и получены новые знания, умения и компетенции в области специфики формирования китайского въездного туристического потока;
- сформированы знания и компетенции в области социальной структуры и психологического портрета туристов из Китая;
- усовершенствованы и получены новые знания, умения и компетенции в области проектирования и формирования туристского продукта, ориентированного на группового китайского туриста;
- усовершенствованы и получены новые знания в области повышения качества туристских и экскурсионных продуктов, услуг и мероприятий;
- усовершенствованы и получены новые знания, умения и компетенции в области адаптации российского турпродукта к потребностям китайского туриста;
- усовершенствованы и получены новые знания, умения и компетенции в области маркетингового сопровождения российского турпродукта на территории Китая;

### **1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение.**

К освоению программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

**1.4. Трудоемкость обучения.** Трудоемкость обучения по программе составляет 72 академических часа. Включает контактную работу с преподавателем в формате лекций и семинаров, самостоятельную работу слушателей Программы, работу с материалами онлайн курса и итоговую аттестацию.

**1.5. Форма обучения** – заочная с применением дистанционных технологий.

**1.6. Форма итоговой аттестации** – итоговое тестирование.

## 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование дисциплин	Трудоемкость, час	Всего, контактной работы с преподавателем, ак. час.	Контактная работа с преподавателем, ак. час.		СРС, ак. час
			Лекции, ак. час.	Семинары, ак. час.	
1	2	3	4	5	6
1. Маркетинговый анализ въездного туризма из Китая: специфика и география формирования, особенности развития	16	4	2	2	12
2. Портрет китайского туриста: социальная структура турпотока из Китая, психология китайского потребителя, динамика изменений и современные тренды	12	2	2	–	10
3. Проектирование и формирование туристского продукта, ориентированного на группового китайского туриста	16	2	-	2	14
4. Адаптация российского турпродукта к потребностям китайского туриста: практические инструменты	14	2	2	-	12
5. Специфика маркетингового сопровождения российского турпродукта на территории Китая	14	2	-	2	12
<b>Итоговая аттестация (зачет по итогам тестирования)</b>					
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>60</b>

### 3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Время (период)	Наименование дисциплин	Лекции, ак. час.	Семинары, ак. час.	СРС, ак. час.
1	2	3	4	5
1–6 день обучения	1. Маркетинговый анализ въездного туризма из Китая: специфика и география формирования, особенности развития	2	2	12
7–11 день обучения	2. Портрет китайского туриста: социальная структура турпотока из Китая, психология китайского потребителя, динамика изменений и современные тренды	2	–	10
11–15 день обучения	3. Проектирование и формирование туристского продукта, ориентированного на группового китайского туриста	-	2	14
15–18 день обучения	4. Адаптация российского турпродукта к потребностям китайского туриста: практические инструменты	2	–	12
18-21 день обучения	5. Специфика маркетингового сопровождения российского турпродукта на территории Китая	–	2	12
	Всего	6	6	60
22 день обучения	Итоговая аттестация			

### 4. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

#### 4.1. Тематический план.

*Дисциплина 1. Маркетинговый анализ въездного туризма из Китая: специфика и география формирования, особенности развития (16 ч).*

Вопросы, раскрывающие содержание темы:

- Анализ формирования въездного туризма из Китая: динамика роста и перспективы;

– Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках как основа группового сегмента въездного китайского турпотока: теория и практика реализации

– Туристический рейтинг российских регионов Чайна Френдли

*Дисциплина 2. Портрет китайского туриста: социальная структура турпотока из Китая, психология китайского потребителя, динамика изменений и современные тренды. (12 ч).*

Вопросы, раскрывающие содержание темы:

- анализ китайского сегмента въездного турпотока в Россию: география поездок, динамика изменений социальной структуры китайского турпотока в допандемийный период;
- влияние COVID-19 на потребителя в Китае: новые нормы, новые тренды, новые запросы;

*Дисциплина 3. Проектирование и формирование туристского продукта, ориентированного на группового китайского туриста (16 ч).*

Вопросы, раскрывающие содержание темы:

- базовые принципы формирования туристско-экскурсионных продуктов и услуг для группового туризма;
- практические механизмы проектирования и формирования турпродукта, ориентированного на прием организованных групп из Китая: программа “Акселератор China Friendly”;
- возможные точки роста и анализ успешных кейсов для развития группового китайского туризма

*Дисциплина 4. Адаптация российского турпродукта к потребностям китайского туриста: практические инструменты (14ч).*

Вопросы, раскрывающие содержание темы:

- базовые знания для снижения барьеров межкультурных коммуникаций с целевой аудиторией;
- создание комфортной среды для целевой клиентской группы: сертификация услуг индустрии гостеприимства China Friendly;

*Дисциплина 5. Специфика маркетингового сопровождения российского турпродукта на территории Китая (14 ч).*

Вопросы, раскрывающие содержание темы:

- обзор маркетингового онлайн ландшафта Китая: особенности и разнообразие каналов и технологий для продвижения;
- технология и практика подготовки оффлайн-мероприятий в Китае;

**4.2. Организационно-педагогические условия реализации программы с применением частично или в полном объеме дистанционных образовательных технологий**

	<b>Наименование разделов (модулей), дисциплин</b>	<b>Организационно-педагогические условия освоения раздела (модуля), дисциплины*</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>
1	Маркетинговый анализ въездного туризма из Китая: специфика и география формирования, особенности развития	Учебный материал по дисциплине
2	Портрет китайского туриста: социальная структура турпотока из Китая, психология китайского потребителя, динамика изменений и современные тренды.	Учебный материал по дисциплине
3	Проектирование и формирование туристского продукта, ориентированного на группового китайского туриста	Учебный материал по дисциплине
4	Адаптация российского турпродукта к потребностям китайского туриста: практические инструменты	Учебный материал по дисциплине
5	Специфика маркетингового сопровождения российского турпродукта на территории Китая	Учебный материал по дисциплине

### **4.3. Материально-технические условия.**

Материально-технические условия программы формируют информационно-образовательную среду, обеспечивающую освоение обучающимися образовательной программы в дистанционной форме. Необходим доступ педагогических работников и обучающихся платформе обучения на основе Moodle, к ЭВМ с операционной системой (Windows, macOS, Linux и др.) с монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, веб-камерой, микрофоном, доступом в сеть Интернет, офисным пакетом (LibreOffice, Microsoft Office, Google Apps и др.), программами для работы с документами с расширением .pdf (Foxit Reader, Adobe Acrobat Reader и др.), браузером (Яндекс.Браузер, Google Chrome, Mozilla Firefox, Chromium и др.), мультимедийным программным обеспечением, программным обеспечением создания онлайн-конференций.

### **4.4. Кадровые условия.**

Кадровое обеспечение программы формируется из числа профессорско-преподавательского штата и коллектива научных сотрудников ФГБОУ ВО «РГУТИС».

### **4.5. Оценочные материалы.**

Итоговая аттестация (зачет) по программе осуществляется в форме компьютерного тестирования, диагностирующего усвоенные и полученные новые знания, умения, опыт и компетенции, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации по направлению программы.

Тестовые вопросы составляются на базе дисциплин программы.

Критерии оценивания:

- до 66% правильных ответов на вопросы теста – не зачтено;
- равно и более 66% правильных ответов на вопросы теста – зачтено.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

В число методических материалов программы включены: рабочая тетрадь для слушателей, содержащая учебные материалы для самостоятельной работы, рабочая тетрадь, содержащая учебные материалы лекционных и семинарских занятий, список рекомендуемой литературы и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

### Список рекомендуемой литературы:

1. Баумгартен, Л.В. Метрология, стандартизация и сертификация в сервисе и туризме : учебное пособие / Баумгартен Л.В. — Москва : КноРус, 2019. — 170 с. <https://www.book.ru/book/931170>
2. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М.: 1990.
3. Вундт В. Проблемы психологии народов. М.: Академический проект, 2010.
4. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с.  
<https://urait.ru/book/standartizaciya-sertifikaciya-klassifikaciya-vturistskoy-i-gostinichnoy-industrii-452692>
5. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. 316 с.  
URL:<https://znanium.com/catalog/product/1002448>.
6. Кочетков В.В. Психология межкультурных различий. М.:2002.
7. Левада Ю. От мнений к пониманию. Социологические очерки 1993-2000. М., 2002.
8. Левченко К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории : монография / Левченко К.К. Т.П. — Москва : Русайнс, 2020. — 115 с. <https://www.book.ru/book/935039>
9. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.:2008
10. Писаревский Е.Л., Основы туризма, Москва, 2014



11. Руководство по проектированию объектов инфраструктуры на ООПТ. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2019, 362 с.
12. Руководство по социокультурному программированию ООПТ. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2019, 224 с.
13. Стригунова, Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса : учебное пособие / Стригунова Д.П. — Москва : КноРус, 2021. — 312 с.  
<https://www.book.ru/book/936578>
14. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: 2000.
15. Холл Э. Как понять иностранца без слов. М.: 2002
16. Чудновский, А.Д. Актуальные проблемы развития туристской индустрии : учебное пособие / Чудновский А.Д. — Москва : КноРус, 2020. — 440 с.  
<https://www.book.ru/book/936132>
17. Цзин Ха, доктор наук, старший научный сотрудник, Shenyang Jianzhu University, университет в Шэньяне, Ляонин, Китай и Ченг Синь, магистр университета Shenyang Jianzhu University в Шэньяне, Ляонин, Китай “Problems and countermeasures of industrial tourism development in Liaoning Province”, 2019 г  
[https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/03/e3sconf\\_arfee2020\\_01040/e3sconf\\_arfee2020\\_01040.html](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/03/e3sconf_arfee2020_01040/e3sconf_arfee2020_01040.html)
18. Цзи Дань\* доктор наук, младший научный сотрудник института культуры и искусств при Шанхайском Университете Коммуникаций. Направление его исследовательских работ: культурное и промышленное наследие.
19. Шеламова Г. М. Деловая культура и психология общения : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования Г.М.Шеламова. —15-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2017. —192 с.  
<https://academiamoscow.ru/reader/?id=288497>
20. Ян Цзе: "Исследование текущей ситуации и мер направленных на развитие промышленного туризма в Даляне", Магистерская диссертация, Ляонинский педагогический университет, 2009 г
21. Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. Tourism: principles, practices, philosophies. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2009. – 655 p.
22. Marketing Technology Landscape Supergraphic (2020). URL:  
<https://chiefmartec.com/2020/04/marketing-technology-landscape-2020-martech-5000>.

23. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru>.
24. Официальный сайт Федерального агентства по туризму:  
<http://www.russiatourism.ru>.
25. Официальный сайт ЮНВТО в России: <http://media.unwto.org>.
26. Профильные нормативные правовые акты (законы, кодексы, приказы, ГОСТы и др.)
27. «Доклад о развитии промышленного туризма в Китае» 2017 г, Китайская Академия туризма <http://www.ctaweb.org.cn/cta/jgzz/yjcg.shtml>
28. «Годовой отчет о развитии внутреннего туризма в Китае за 2016–2017 годы», 2017 г, Китайская Академия туризма  
<http://www.ctaweb.org.cn/cta/zdcg/202103/2ff33e8325264f0d88469f85f12a0dea.shtml>
29. «Отчет о развитии въездного туризма в Китае за 2019 год» , 2019 г.  
Китайская Академия туризма  
<http://www.ctaweb.org.cn/cta/zdcg/202103/c04df95749304df09be1f7ce35e6af61.shtml>
30. «Жэньминь жибао» онлайн  
<http://russian.people.com.cn/n3/2019/1127/c31518-9636086.html>
31. “China Daily.com”  
<http://www.chinadaily.com.cn/a/201805/07/WS5aef97cda3105cdcf651c444.html>
32. “Мурманский вестник”, 06 ноября, 2019  
<https://www.mvestnik.ru/newslent/zimnij-murmansk-kitajskie-turisty-predpochitayut-kulturnomu-peterburgu/>

Руководитель программы

О.В.Мак Кристиан