

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко»
Естественно-географический факультет
Кафедра социально-экономической географии и регионоведения



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
на 2022/2023 учебный год

Учебной ДИСЦИПЛИНЫ

«Проектирование гастрономических туров»

Направление подготовки:
43.04.02 Туризм
(код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки

Технология и организация туристско-экскурсионных услуг
(наименование профиля подготовки)

Для набора 2022 года

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Форма обучения:
очная

Тирасполь 2022

Рабочая программа дисциплины **«Проектирование гастрономических туров»**
/сост.

С.А.Шерстюк - Тирасполь: ГОУ ПГУ, 2022

Рабочая программа составлена с учётом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 – Туризм, утверждённого приказом № 556 от 15.06.2017 г.

Составитель , ст. преподаватель



Шерстюк С.А.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры социально-экономической географии и регионоведения

«23» сентября 2022 г. протокол №1

Зав. кафедры-разработчика,



к.г.н., доцент

Бурла М.П.

«23» сентября 2022 г.

Зав. выпуск. кафедрой



к.г.н., доцент

Бурла М.П.

«23» сентября 2022 г.

1. Цель и задачи учебной дисциплины

Целями освоения дисциплины «Проектирование гастрономических туров» являются:

- понимание значения гастрономии как важного элемента в формировании туристской привлекательности стран, регионов, городов;
- понимание гастрономии как части культуры, традиций, обычаев территории;
- формирование представления о взаимосвязи и взаимном влиянии гастрономии и туризма;
- понимание особенностей гастрономического туризма, отличий гастрономического туризма от других видов туризма и, в то же время, взаимосвязи гастрономического туризма и культурного, креативного, экологического, этнического и других видов туризма;
- понимание подходов к формированию экспотрных, туристских, интернальных гастрономических брендов дестинаций, понимание специфики формирования брендов на уровне стран, регионов, городов;
- получение базовых знаний и навыков применения подходов в сфере гастрономического туризма, таких как инструменты формирования и продвижения гастрономических брендов стран, регионов и городов, инструменты построения и продвижения гастрономических и винных маршрутов и т.д.

Задачи:

- изучение теоретических основ гастрономического туризма
- рассмотрение специфики рынка гастрономических услуг в сфере туризма;
- изучение особенностей формирования гастрономических туров
- формирование навыков оценки эффективности функционирования предприятий общественного питания

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП (связь с другими дисциплинами)

Дисциплина *«Проектирование гастрономических туров»* относится к профессиональному циклу базовой части.

Особое место данной дисциплины в профессиональной подготовке обусловлено тем, что она служит основой для формирования системы базовых знаний по организации туристских и экскурсионных услуг, а также обслуживания туристов. Изучение данной дисциплины тесно связано и

опирается на такие дисциплины, как «Основы туризма и индустрии гостеприимства»; «География туризма» «Технология и организация операторских и агентских услуг»; «Введение в профессию», ««Основы менеджмента в сервисе и туризме » «Основы ресторанного сервиса в туризме», «Экскурсоведение» и других.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины *«Проектирование гастрономических туров»* должны быть сформированы следующие компетенции:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения		
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД УК.5.1. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИД УК.5.2. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей
Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения		
Маркетинг	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ИД ОПК-4.1. Умеет применять технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса ИД ОПК-4.2. Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса ИД ОПК-4.3. Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет

В результате освоения дисциплины студент должен:

3.1. Знать:

- основные понятия и тенденции развития гастрономического туризма;
- основные термины и категории, относящиеся к туристской деятельности;
- организационные основы формирования гастротуров;
- основные направления развития гастрономического туризма;

3.2. Уметь:

- анализировать факторы и выявлять тенденции в развитии гастрономического туризма ;
- выбирать и применять эффективные технологии, применять коммуникативные техники и технологии при формировании гастротуров;
- планировать и прогнозировать деятельность основных предприятий индустрии общественного питания;
- применять на практике полученные знания и навыки при поиске и принятии оптимальных коммерческих решений в области профессиональной деятельности.

3.3. Владеть:

- специальной терминологией в области организации туристской деятельности;
- навыками составления гастрономических туров;
- основами традиционных гастрономических предпочтений народов мира;

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на 48 часа аудиторных занятий, в том числе 16 часов отводится на лекционные занятия, 32 часа – на практические занятия.

Учебная дисциплина изучается 1 семестр и заканчивается промежуточной аттестацией студентов в форме экзамена.

Формированию отмеченных знаний, умений и владений соответствуют разделы дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Распределение трудоемкости в часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студента по семестрам

Семестр	Количество часов							Форма итогово го контрол я
	Трудоем кость, з.е./часы	В том числе						
		Аудиторных				Самост работы	Контроль	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич зан			
2	4/144	48	16	-	32	60	36	Экзамен
Итого:	4/144	48	16	-	32	60	36	Экзамен

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в гастрономический туризм. Гастрономия как элемент привлекательности территорий для туристов.	32	6	6		16
2	Гастрономия: нематериальное культурное наследие, впечатление, искусство, креативность	20	2	6		12
3	Гастрономический туризм: особенности, классификация. Взаимосвязь гастрономического и других видов туризма.	22	2	8		12
4	Акторы гастрономического туризма	20	4	6		10
5	Основные тенденции и потребительские практики в сфере гастрономического туризма.	18	2	6		10
Всего:		144	16	32		60

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
1	1	2	Введение в гастрономический туризм. Гастрономия как элемент привлекательности территорий для туристов	
2	1	2	Гастрономия: нематериальное культурное наследие, впечатление, искусство, креативность	
3	1	2	Гастрономический туризм: особенности, классификация. Взаимосвязь гастрономического и других видов туризма	
4	2	2	Подходы к классификации гастрономического туризма. Роль гастрономического туризма в развитии территории.	
5	3	2	Взаимосвязь гастрономического и экологического, культурного, креативного, спортивного, этнического, познавательного и других видов туризма	
6	4	4	Основные акторы сферы гастрономического туризма: рестораны, отели, рынки, культурные учреждения, промышленные производители пищевой продукции, сельскохозяйственные предприятия и др.	
7	5	2	Особенности потребительского поведения в сфере гастрономии и гастрономического туризма. Новые потребительские практики в сфере гастрономического туризма: запрос на аутентичность, креативность, знакомство с местной культурой обычаями.	
Итого		16		

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно- наглядные пособия
1	1	6	Роль гастрономического туризма в развитии экономики региона. Выгоды от развития гастрономического туризма страны, региона, города для территории, местных жителей, организаций сферы туризма, гостеприимства, культуры и др.	<i>методические материалы</i>
2	2	6	Гастрономия как часть истории, культуры, обычаев, традиций территории. Традиции, самосознание	<i>методические материалы</i>

			местных жителей, роль гастрономии в самоидентификации жителей территории. Функции гастрономии: престиж, общение, статус, впечатление. Процессы локализации и глобализации в сфере общественного питания, «глокализация». Аутентичность в индустрии общественного питания.	
3	3	8	Взаимосвязь гастрономического и экологического, культурного, креативного, спортивного, этнического, познавательного и других видов туризма. Типология территорий по уровню развития гастрономического туризма.	<i>методические материалы</i>
4	4	6	Новые потребительские практики в сфере гастрономического туризма: запрос на аутентичность, креативность, знакомство с местной культурой обычаями. Тенденции глобализации и локализации в сфере гастрономического туризма.	<i>методические материалы</i>
5	5	6	Гастрономические бренды стран, регионов, городов: понятие, подходы к определению. Гастрономический бренд: национальный, локальный. Экспортные и туристские бренды. Подходы к гастрономическому брендингу туристских дестинаций.	<i>методические материалы</i>
Итого:		32		

Практические занятия

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	Особенности развития туризма в современных условиях. Роль гастрономического туризма в развитии экономики региона.	16
Раздел 2	Роль гастрономического туризма в развитии территории. Взаимосвязь гастрономического и экологического, культурного, креативного, спортивного, этнического, познавательного и других видов туризма. Типология территорий по уровню развития гастрономического туризма.	12

Раздел 3	Особенности потребительского поведения в сфере гастрономии и гастрономического туризма.	12
Раздел 4	Понятие и подходы к формированию туристских маршрутов. Особенности формирования и продвижения гастрономических туристских маршрутов. Типология гастрономических маршрутов. Лучшие мировые практики. Основные инструменты формирования гастрономических маршрутов	10
Раздел 5	Основные стратегии формирования гастрономических брендов. Формирование гастрономического бренда как инструмент продвижения стран, регионов, городов на международный туристский рынок. Особенности формирования гастрономических брендов сельскохозяйственных территорий, монопродуктовых городов, мультикультурных территорий.	10
Итого:		60

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовых работ не предусмотрено.

6. Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Проектирование гастрономических туров» применяются следующие виды образовательных технологий: развивающее и проблемное обучение, проектные методы обучения, лекционно-практическая система обучения, технология развития критического мышления. При чтении данного курса применяются такие виды лекций, как вводная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация.

*Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они **должны составлять для программ не менее 40%** аудиторных занятий (определяется требованиями ГОС с учетом специфики ООП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 40% аудиторных занятий для программ бакалавров (определяется соответствующей ГОС).*

	Вид		
--	------------	--	--

Семестр	занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
3	Л	презентации	10
	ПР	интерактивно-методические материалы	26
	ЛР		
ИТОГО:			36

. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Ко-во экземпляров	Электрон ная версия	Место размещения электронной версии
1	Технология и организация ресторанного бизнеса и питания туристов	Быстров С.А.	2019	1	+	https://tourlib.net/
2	История традиций мира : Учебник	Палий И.Г	2019	1	+	https://tourlib.net/
3	Традиции и культура питания народов мира : Учебное пособие	Щенникова Н.М.	2021	1	+	https://tourlib.net/
Итого по дисциплине: 50 % печатных изданий ____; 100 % электронных ____						

7.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы «Не предусмотрено»

7.3. Методические указания и материалы по видам занятий

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для освоения дисциплины необходимы учебные аудитории, проектор и компьютер, подключенный к Интернету.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Рабочая учебная программа по дисциплине «Проектирование гастрономических туров» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВО по направлению 43.04.02 Туризм и учебного плана по профилю подготовки *Технология и организация туристско- экскурсионных услуг*

10. Технологическая карта дисциплины Курс 1 группа 15 семестр 1

Преподаватель – лектор *Шерстюк С.А.*

Преподаватели, ведущие практические занятия *Шерстюк С.А.*

Кафедра *Социально- экономической географии и регионоведения*

Весовой коэффициент дисциплины в совокупной рейтинговой оценке, рассчитываемой по всем дисциплинам (если введена модульно-рейтинговая система)

Модульно- рейтинговая система не предусмотрена.

Примечание:

1. Фонды оценочных средств по дисциплине/ модулю являются приложением к рабочей программе.

2. В зависимости от специфики дисциплины по усмотрению преподавателя в рабочей программе, кроме этих обязательных частей, могут быть и дополнительные разделы.