**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования**

**"Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"**

**Факультет менеджмента**

**Программа дисциплины**

**«Международный туристический бизнес*»***

для направления 080200.68 Менеджмент» подготовки магистра по программе

**Авторы программы:**

Философова Т.Г., д.э.н., проф., tfilosofova@hse.ru

Одобрена на заседании кафедры международного бизнеса

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_г.

Зав. кафедрой С.Н. Лавров

Рекомендована секцией УМС «Менеджмент» «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013г

Председатель

Утверждена УС факультета менеджмент «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2013г.

Ученый секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва, 2013

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

* **Область применения и нормативные ссылки**

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 080200.68 «Менеджмент» подготовки магистра, изучающих дисциплину «Международный туристический бизнес».

Программа разработана в соответствии с:

* Рабочим учебным планом университета по направлению 080200.68 «Менеджмент» подготовки магистра, утвержденным в 2013 г.
* **Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Международный туристический бизнес» является способствовать формированию основных компетенций в области методологии исследования рыночных структур в условиях глобализации экономики, теории и практики международного бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства, теоретических и практических знаний и умений в области применения его базовых принципов, противостояния национального бизнеса вызовам мировой экономики, применения технологий и инструментов международного туристического бизнеса, взаимодействия компаний сферы туристического и гостиничного бизнеса с государственными структурами при выходе и функционировании на внешних рынках.

* **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины** 
  + результате освоения дисциплины студент должен:
    - изучить научно-теоретических основы международного бизнеса, его сущности и места в международных экономических отношениях, современные формы международного бизнеса в сфере индустрии туризма и гостеприимства
    - изучить основные модели и стратегии интернационализации компаний в сфере индустрии туризма и гостеприимства;
    - изучить современные технологии и инструменты международного туристического бизнеса, принципы взаимодействия с государством при выходе национальных компаний на внешние рынки туризма и гостеприимства;
    - приобрести практические навыки в применении методологии исследования в области международного туристического бизнеса, подготовки и принятия эффективных экономических решений для осуществления международной бизнес-деятельности субъектов индустрии туризма и гостеприимства с учетом особенностей трендов мировой экономики;
    - овладеть основами методов экономической оценки эффективности международного туристического бизнеса

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ФГОС/ НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| --- | --- | --- | --- |
| Способен рефлексировать (оценивать и перерабатывать)  Освоенные научные методы и способы деятельности | СК-М1 | Распознает основные направления и особенности развития международного бизнеса, представляет связи между его технологиями и механизмами бизнеса и их эффективностью; оценивает роль различных факторов в модели формирования и функционирования различных структур международного  туристического бизнеса | Лекции, семинарские занятия, самостоятельная  работа по подготовке к семинарским занятиям, выполнение домашнего задания, разбор практических ситуаций и  выполнение проекта |
| Способен предлагать концепции, модели, изобретать  и использовать новые способы и инструменты профессиональной  деятельности | СК-М2 | Распознает и умеет осуществить исследования рыночных структур, выделить границы рынка, оценить  барьеры входа на внешний рынок и динамику его развития. | Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа по подготовке к семинарским занятиям, выполнение домашнего задания, разбор  практических ситуаций и  выполнение проекта |
| Способен к самостоятельному  Освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного  профиля своей деятельности | СК-М3 | Выделяет основные институты,  оказывающие воздействие на  функционирование  международного бизнеса в  индустрии туризма и  гостеприимства, механизмы  взаимодействия с  государством, инструменты  поддержки национального  бизнеса на мировых рынках  индустрии и гостеприимства | Лекции, семинарские  занятия, самостоятельная  работа по подготовке к  семинарским занятиям,  выполнение домашнего  задания, разбор  практических ситуаций и  выполнение проекта |
| Способен анализировать, верифицировать информацию,  Оценивать ее информации в  Ходе профессиональной  деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую  информацию и работать в  условиях неопределенности | СК-М6 | Разрабатывает направления  действий и обосновывает  механизмы и технологии  ведения международного  бизнеса с учетом особенностей  функционирования  региональных рынков туризма  и гостеприимства | Лекции, семинарские  занятия, самостоятельная  работа по подготовке к  семинарским занятиям,  выполнение домашнего  задания, разбор  практических ситуаций и  выполнение проекта |
| Способен вести  профессиональную, в том числе, научно- исследовательскую  деятельность международной среде | СК-М8 | Выделяет основные проблемы  развития международного  бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства | Лекции, семинарские  занятия, самостоятельная  работа по подготовке к  семинарским занятиям, выполнение домашнего задания , разбор практических ситуаций и выполнение проекта |
| Способен использовать социальные и межкультурные  различия для решения проблем в профессиональной  и социальной деятельности. | СЛК–  М1 | Умеет оценить эффективность  применения той или иной  технологии международного  бизнеса в сфере туризма и  гостеприимства, владеет  основами знаний о  национальных особенностях |  |
| Способен выявлять и формулировать актуальные  Научные проблемы в области  менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные  отечественными и зарубежными исследователями  по избранной теме | М2.3\_5.  4\_5.6\_7  1(М) | Знает основные методы и  современные международного  бизнеса, владеет  практическими навыками  подготовки и принятия  эффективных решений в  деятельности компании в  индустрии туризма и  гостеприимства,  функционирующей на  международном рынках |  |

* **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Международный туристический бизнес» читается студентам, обучающимся на магистерской программе «Экономика впечатлений».

Курс является обязательным и читается во втором полугодии учебного года. Продолжительность курса составляет 144 учебных часов, в том числе 48 часов аудиторных занятий.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* «Развитие постиндустриальной экономики в современных условиях», «Глобальная конкуренция и конкурентоспособность бизнесе в новой экономике»,

и др.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* иметь системное представление об эволюции научно-теоретических основ теории международного бизнеса, ее сущности и значением в развитии экономики;
* знать типологию инструментов и методов ведения международного бизнеса,
* знать основные методы и современные инструменты международного бизнеса;
* владеть практическими навыками подготовки и принятия эффективных решений в деятельности компании в индустрии туризма и гостеприимства, функционирующей на международном рынке.

Основные положения дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при написании выпускных квалификационных работ

* **Тематический план учебной дисциплины**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | Самостоя- |  |
| № | Название раздела | Всего | Аудиторные часы | | тельная |  |
| часов |  |  | работа |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  | Лекции | Семинары |  |  |
| 1 | Раздел 1. Сущность и особенности | 24 | 4 | 4 | 16 |  |
|  | международного туристического бизнеса |  |  |  |  |  |
| 2 | Раздел 2. Основы теории и практики | 48 | 8 | 8 | 32 |  |
|  | формирования международных бизнес- |  |  |  |  |  |
|  | структур в индустрии туризма и |  |  |  |  |  |
|  | гостеприимства на мировом рынке |  |  |  |  |  |
| 3 | Раздел 3.Новые технологии ведения | 36 | 6 | 6 | 24 |  |
|  | международного бизнеса в индустрии туризма |  |  |  |  |  |
|  | и гостеприимства |  |  |  |  |  |
| 4. | Раздел 4. Мировые рынки и центры деловой | 36 | 6 | 6 | 24 |  |
|  | активности в сфере туризма и гостеприимства |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО:** | 144 | 24 | 24 | 96 |  |



* **Формы контроля знаний студентов**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип | Форма |  | 1 год | |  | Параметры \*\* |
| контроля | контроля | 1 | 2 |  |  |  |
| Промеж | Текущий | + | + |  |  | Выполнение устных и письменных домашних |
| уточный | контроль |  |  |  |  | занятий к практическим аудиторным занятиям, |
|  |  |  |  |  |  | (на семинарских занятиях); выполнение заданий |
|  |  |  |  |  |  | на семинарах (анализ конкретных ситуаций), |
|  |  |  |  |  |  | выполнение письменных самостоятельных работ |
|  |  |  |  |  |  | в течение периода обучения (10-15 мин) |
|  | Контрольная | + |  |  |  | В конце второго модуля, по разделам 1и 2 |
|  | работа |  |  |  |  |  |
|  | Домашнее |  | + |  |  | В соответствии с требованиями НИУ ВШЭ |
|  | задание |  |  |  |  |  |
|  | Степень | + | + |  |  | Работа на семинаре, участие в разборе бизнес- |
|  | активности |  |  |  |  | ситуаций в аудитории по изучаемым темам , |
|  | работы |  |  |  |  | участие в обсуждении проблемных вопросов, |
|  | студентов |  |  |  |  | ответы на вопросы, выступление с докладами и |
|  |  |  |  |  |  | презентациями |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Итоговы | Экзамен |  | + |  |  | письменная работа (60 мин.) и ее последующая |
| й |  |  |  |  |  | устная защита, |
|  |  |  |  |  |  | 3 рабочих дня на оценку результатов контроля |



* 1. **Критерии оценки знаний, навыков**

Освоение материала и получение положительной оценки предусматривает посещение лекций, работу на семинарах и самостоятельную работу студентов.

Проверка знаний студентов происходит следующим образом:

* на семинарах преподаватель оценивает участие студентов в дискуссиях, обсуждении конкретных ситуаций (аудиторная работа);
* преподаватель оценивает полноту и самостоятельность выполнения домашних заданий студентами (аудиторная работа);
* на последнем семинаре по каждому разделу программы проводится письменное тестирование (аудиторная работа).

Оценки по всем формам контроля выставляются по 10-ти балльной шкале:

**1-3 балла - «неудовлетворительно»**

(1 – весьма неудовлетворительно, 2 – очень плохо, 3 – плохо);

**4-5 баллов - «удовлетворительно»**

(4 – удовлетворительно, 5 – весьма удовлетворительно);

**6-7 баллов - «хорошо»**

(6 – хорошо, 7 – очень хорошо);

**8-10 баллов - «отлично»**

(8 – почти отлично, 9 – отлично, 10 – блестяще).

Оценка за итоговый тест выставляется на основе функции нормального распределения. Пять процентов лучших работ студентов группы получают высший балл. Нижней границей оценки «хорошо» являются 80% правильных ответов от числа правильных ответов в лучшей

работе по данной группе. Нижней границей оценки «удовлетворительно» являются 80% правильных ответов от нижней границы оценки «хорошо». Все работы, где количество правильных ответов меньше указанной границы оцениваются «неудовлетворительно». Например, максимальное количество баллов, которое можно набрать по тесту – 44. В группе 33 студента. Следовательно, два человека, набравшие большее количество баллов за правильные ответы, могут претендовать на высшую оценку. Лучшие работы в группе – 40 и 39 баллов. В этом случае, нижней границей оценки «хорошо» будут 32 балла, а нижней границей оценки «удовлетворительно» - 26 баллов. Если в группе будет большее число студентов, набравших одинаковое количество высоких баллов, то они все получают оценку «отлично».

Любой положительный результат расчета средневзвешенной оценки округляется до ближайшего целого числа. Например, если средняя оценка студента составляет от 7.01 до 7.50, то он получает 7 баллов; если средняя оценка составляет от 7.51 до 7.99, то студент получает 8 баллов.

В то же время средневзвешенная оценка ниже 4 баллов не округляется до 4-х. Так, если она составляет 3,99 балла, то это означает, что студент не перешел рубеж, необходимый для получения удовлетворительной оценки, и ему выставляется неудовлетворительная отметка «3» по десятибалльной шкале.

Если за итоговый тест студент получил меньше 4-х баллов, тогда этот результат является блокирующим для вычисления средневзвешенной оценки, т. е. все предыдущие результаты не учитываются, и студент получает неудовлетворительную оценку.

Затем оценка по пятибалльной и десятибалльной шкале выставляется в ведомость и зачетную книжку студента.

* **Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Сущность и особенности международного туристического бизнеса**

Тема 1.1. Международный бизнес как экономическая категория. Формы международной предпринимательской деятельности. Экспорт и импорт. Зарубежные инвестиции и другие формы международных деловых операций. Роль международного бизнеса в мировом экономическом развитии и национальной экономике. Эпоха глобализации. Теории интернационализации бизнеса. Стадии развитии международной компании. Компании «рожденные глобальными

Тема 1.2. Международный туристический бизнес. Основные виды международного туристического бизнеса, его субъекты и особенности их взаимодействий. Факторы развития международного туризма и перспективы развития международного туристического бизнеса. IT технологии и туристический бизнес. Роль Интернета в развитии международного туристического бизнеса.

**Рекомендуемая литература:**

Александрова А. Ю. Международный туризм - М: КноРус, 2013Гриффин Р. Международный бизнес. СПб. Питер, 2006. – 1086 с.

Поляков В. В. Мировая экономика и международный бизнес. М. КноРус, 2007. - 399 с. Ростовский Ю. М. Внешнеэкономическая деятельность. Магистр, 2011. - 591 с Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство: инновации, инвестиции, конкурентоспособность – М.: Научная книга, 2007 Сборник кейсов Раздел 1. Разработчик Философова Т.Г. – 2012

**Раздел 2. Основы теории и практики формирования международных бизнес-структур в индустрии туризма и гостеприимства на мировом рынке**

Тема 2.1.Основы теории международной торговли и мировой экономики. Международная торговля услугами. Современные теории торговли. Типы и виды

международных инвестиций, теории международных инвестиций. Современные проблемы взаимодействия компаний в сфере туризма и гостеприимства с рынком капитала. Международная валютная система, ее история и современное состояние. Формирование национальной торговой политики и международное сотрудничество в области туризма.

Тема 2.2.Экономические, организационные, технологические и правовые аспекты ведения международной бизнес-деятельности. Различия и сходства. Международный рынок как внешняя среда: регулирование международной туристической бизнес-деятельности. Особенности международных соглашений в сфере услуг. Влияние транснациональных компаний на страны пребывания. Решение споров в международном бизнесе. Международные организационные структуры и контроль.

Тема 2.3. Влияние культуры на деятельности международной компании на рынках туризма и гостеприимства. Ценности и установки. Понимание новой культуры. Особенности странового ведения бизнеса. Новые туристические продукты в международном туристическом бизнесе. Риск и неопределенность в при выходе на международные рынки. Государственная поддержка бизнеса на рынках зарубежных стран.

Тема 2.4. Транспортное обеспечение международного туризма. Особенности деятельности международных компаний-перевозчиков. Международные круизные компании на рынки туризма и гостеприимства. Лидеры рынка, особенности их организации и функционирования. Особенности рынка и методы продвижения. Комплексные решения для круизных компаний.

**Рекомендуемая литература:**

Агапова И.И. История экономических учений. — М.: ВиМ, 1997 Александрова А. Ю. Международный туризм - М:КноРус, 2013Гриффин Р. Международный бизнес. СПб. Питер, 2006. – 1086 с. Классика экономической мысли. — М: Эксмо-Пресс, 2000

Поляков В. В. Мировая экономика и международный бизнес. М. КноРус, 2007. - 399 с. Ростовский Ю. М. Внешнеэкономическая деятельность. Магистр, 2011. - 591 с Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство: инновации, инвестиции, конкурентоспособность – М.: Научная книга, 2007 Сборник кейсов Раздел 1. Разработчик Философова Т.Г. – 2012

**Раздел 3. Технологии ведения международного бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства**

Тема 3.1. Роль и значение технологий международного бизнеса. Выбор технологии международного бизнеса для проникновения на внешний рынок. Посредники в международном туристическом бизнесе. Международное лицензирование, преимущества и недостатки.

Тема 3.2.Лизинг как технология международного бизнеса. Сущность лизинга и его функции. Виды лизинговых сделок. Порядок осуществления лизинговой сделки. Лизинговые компании. Франчайзинг в международном туристическом бизнесе. Содержание сделок

Тема 3.3. Франчайзинг. Основные вопросы международного франчайзинга. Его применение в международном бизнесе. Субъекты и объекты франчайзинга, особенности их взаимодействия. Порядок осуществления факторинговых сделок. Преимущества и недостатки

Тема 3.4. Специализированные способы проникновения в международном бизнесе. Прямые иностранные инвестиции. Стратегия строительства новых объектов, приобретение существующих, совместные предприятия и др. Международные стратегические альянсы, преимущества и недостатки. Типы союзов, проблемы их формирования.

**Рекомендуемая литература:**

Агапова И.И. История экономических учений. — М.: ВиМ, 1997 АлександроваА. Ю. Международный туризм - М:КноРус, 2013Гриффин Р. Международный бизнес. СПб. Питер, 2006. – 1086 с. Классика экономической мысли. — М: Эксмо-Пресс, 2000

Поляков, В. В. Мировая экономика и международный бизнес. М. КноРус, 2007. - 399 с. Ростовский, Ю. М. Внешнеэкономическая деятельность. Магистр, 2011. - 591 с Философова Т.Г. Лизинговый бизнес – М.:ЮНИТИ, 2010 Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство: инновации, инвестиции, конкурентоспособность – М.: Научная книга, 2007 Сборник кейсов Раздел 1. Разработчик Философова Т.Г. – 2012

Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции. Пер. с англ. - М.: ИНФРА – М.: 1997 Юнусов, Л. А. Прямые иностранные инвестиции в условиях глобализации мировой экономики. РГТЭУ, 2010. - 281

**Раздел 4. Мировые рынки и центры деловой активности в сфере туризма и гостеприимства**

Тема 4.1. Туристические рынки стран Северной Америки: США, Канада, Мексика, Страны Центральной Америки и Карибского бассейна. Страны Западной Европы.

Тема 4.2. Туристические рынки страны Азии, Африки и Ближнего Востока. Южная Америка.

Тема 4.3. Туристические рынки стран Восточной и Центральной Европы. Страны СНГ. Международный туристический бизнес в России.

**Рекомендуемая литература:**

Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство: инновации, инвестиции, конкурентоспособность – М.: Научная книга, 2007

Боди З., Кейн А., Маркус А. Принципы инвестиций: Пер. с англ.- М.: Из-во «Вильямс», 2002

Хрестоматия по курсу. Составители Философова Т.Г., Фрадков П.М. – М.: 2012

* **Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента**

1. **Вопросы для оценки качества освоения дисциплины**
2. Назовите основные предпосылки развития международного туристического бизнеса
3. Какие формы международного туристического бизнеса Вы знаете?
4. Дайте определение термину «международный бизнес»
5. Какова роль международного бизнеса в экономике?
6. Какие виды зарубежных инвестиций Вы знаете
7. Назовите известные факторы развития международного туристического бизнеса.
8. Какова роль IT-технологий в развитии международного туристического бизнеса?
9. Опишите суть современных проблем взаимодействия компаний в сфере туризма и гостеприимства с рынком капитала
10. Как влияет культура на деятельности международной компании на рынках туризма и гостеприимства.
11. Какие проблемы выведения на внешний рынок новых туристических продуктов Вы можете назвать?
12. Какие особенности деятельности круизных компаний на международных рынках Вы можете назвать?
13. Какие технологии международного бизнеса в сфере туризма и гостеприимства Вы знаете?

1. Что Вы знаете о применении лизинга (франчайзинга и др.) в международном бизнесе в сфере туризма и гостеприимства?
2. Какие способы проникновения на рынки зарубежных стран Вы можете назвать?

15. Расскажите об особенностях ведения международного бизнеса на региональном рынке туристических услуг и гостеприимства

