

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»

Факультет менеджмента (Москва)

Санкт-Петербургский филиал НИУ ВШЭ

МАГИСТРАТУРА

**«Экономика впечатлений:
менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»**

Магистерская программа

Руководители программы
д.э.н., проф. Гордин В.Э.,
к.э.н., доц. Предводителя М.Д.

Москва, Санкт-Петербург-2018

Содержание

1. Общая характеристика	3
2. Актуальность создания магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», цели программы.....	3
3. Требования к уровню подготовки (профессиональным компетенциям) студентов, успешно освоивших магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»	7
4. Особенности содержания и структуры магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»	10
5. Условия реализации магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»	10
6. Концепция Научно-исследовательского семинара	12
7. Условия зачисления на магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»	13
Приложения	Ошибка! Закладка не определена.

КОНЦЕПЦИЯ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ
«Экономика впечатлений:
менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

1. Общая характеристика

Концепция реализации профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент», подготовка уровня «Магистр», разработана в соответствии с Законом Российской Федерации «Об образовании», Федеральным законом «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», другими федеральными нормативными правовыми актами в сфере образования, а также образовательным стандартом подготовки магистра по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент» НИУ ВШЭ.

Концепция магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» определяет:

- актуальность создания магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» и ее цели;
- требования к уровню подготовки (профессиональные компетенции) студентов, успешно освоивших магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»;
- структуру магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», находящую отражение в базовом учебном плане магистерской программы;
- условия реализации магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»;
- концепцию Научно-исследовательского семинара магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»;
- условия зачисления на магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» и ее целевую аудиторию;
- содержание учебных курсов магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», отраженное в соответствующих аннотациях.

Магистерская программа «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» предполагает обучение по очной форме, с отрывом или с частичным отрывом от работы.

Лицам, успешно освоившим магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» и прошедшим итоговую государственную аттестацию, присваивается квалификация (степень) «Магистр» и выдается диплом государственного образца о высшем образовании по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент».

2. Актуальность создания магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», цели программы

В последние десятилетия индустрия гостеприимства и туризм играют все более значимую роль в мировой экономике, формируя новую отрасль экономического знания –

экономику впечатлений. В России гостеприимство и туризм также демонстрируют устойчивую тенденцию к развитию. Однако следует отметить, что, несмотря на очевидный значительный потенциал отечественной индустрии гостеприимства и туризма, имеет место существенное отставание этого сектора российской экономики от уровня развитых стран, что в значительной степени обусловлено исторически сложившимся невысоким уровнем рыночно-ориентированных управленческих практик в российских организациях индустрии гостеприимства и туризма.

Необходимая трансформация отечественной индустрии гостеприимства и туризма в настоящее время возможна благодаря концептуальному переосмыслению этой сферы деятельности на федеральном, региональном и отраслевом уровнях, а также на уровне отдельных организаций, и разработке соответствующих стратегических подходов.

Подготовка линейных и функциональных менеджеров среднего звена для индустрии гостеприимства и туризма в вузах России достаточно распространена и осуществляется по ряду направлений и специальностей, в частности, по специальности «Социально-культурный сервис и туризм», по направлениям «Туризм», «Менеджмент» и т.д. Обучение по данной специальности и направлениям ведется как в экономических вузах, так и в большом количестве профильных вузов, готовящих персонал для сфер культуры, спорта, сервиса. Среди них – МГУ, Российская международная академия туризма, Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, Российский государственный университет туризма и сервиса, Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Государственный университет управления, Российский государственный гуманитарный университет, Российский государственный университет имени Им. Канта, Иркутский государственный университет, Российский новый университет, Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет и другие.

Подготовка российских кадров для индустрии гостеприимства и туризма на уровне бакалавриата представляется достаточно отработанной и эффективной. При этом реализуемые на отечественном образовательном пространстве бакалаврские учебные программы в данной сфере в основном направлены на подготовку линейного персонала и функциональных менеджеров среднего звена отелей, туристических агентств и т.п. Между тем, магистерские программы в сфере гостеприимства и/или туризма осуществляют лишь некоторые из перечисленных вузов, в рамках основных направлений подготовки «Менеджмент», «Экономика» и «Туризм».

По направлению «Туризм», в частности, действуют магистерские программы в МГУ («Туризм: эволюция, структура, менеджмент, маркетинг»), РГГУ («Технология и организация услуг в международном туризме», «Социокультурное проектирование в сфере туризма» и др.), Санкт-Петербургском государственном университете сервиса и экономики («Экскурсионный сервис Северо-Запада России», «Психология туризма», «Технологические системы обеспечения услуг туристской индустрии», «Туризм – эволюция, структура, менеджмент, маркетинг», «Международный туризм», «Анимация в туризме»), Сочинском государственном университете туризма и курортного дела, РНУ и других отечественных вузах. При этом преобладающую роль в таких программах магистерской подготовки играют, как правило, дисциплины отраслевой направленности, сфокусированные на отраслевых технологиях. В то же время, можно отметить и примеры гармонизации отраслевых и экономико-менеджеральных блоков дисциплин, например, факультет географии и геоэкологии СПбГУ в рамках программы «Региональная политика в сфере туризма и рекреации» раскрывает экономические особенности управления рынком, дестинациями, проектами (в первую очередь с точки зрения государственного и муниципального управления).

Существующие магистерские программы по направлению «Экономика» напротив, включают, как правило, значительный объем менеджеральных и экономических дисци-

плин, при том, что дисциплины, отражающие различные отраслевые аспекты, не являются ключевыми в подобных программах, среди которых: «Управление туристским и гостиничным бизнесом» (Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»), «Экономика» (экономика фирмы и отраслевых (туристских) рынков) (ИНЖЭКОН) и другие.

И, наконец, магистерские программы по направлению «Менеджмент» реализуются также в ограниченном числе отечественных вузов, в частности, в РМАТ («Менеджмент туристских дестинаций»), ГУУ («Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе»), Балтийской академии туризма и предпринимательства («Гостиничный и туристический бизнес»), Санкт-Петербургском государственном университете сервиса и экономики («Международный менеджмент в индустрии гостеприимства», «Кадровый менеджмент в индустрии гостеприимства», «Менеджмент качества гостиничных услуг», «Стратегическое управление процессом размещения объектов туристского комплекса региона», «Управление развитием туристских дестинаций»). Можно выделить программу ИНЖЭКОНа «Международный туристский бизнес», являющуюся сбалансированной и отражающей в учебном плане как заявленный в названии международный аспект, так и специфику деятельности организаций турбизнеса. Большинство перечисленных программ являются функционально специализированными, успешно обеспечивая рынок труда квалифицированными специалистами соответствующего профиля. Однако при этом по своей направленности и предназначению они в общей массе не сфокусированы на формировании аналитических и исследовательских компетенций.

Между тем, именно магистерская подготовка, направленная на формирование отечественного корпуса менеджеров и аналитиков, владеющих инструментами и методами стратегического управления и обладающих специфическими знаниями в области туризма и гостеприимства, может способствовать приближению данного сектора российской экономики к уровню мировых стандартов. Ограниченный перечень вузов, реализующих подготовку магистров, в значительной степени определяет острую нехватку управленческих кадров, обладающих необходимыми компетенциями и знаниями.

Такая подготовка осложнена, по нашему мнению, рядом обстоятельств.

Так, первой существенной проблемой является необходимость насыщения профильных дисциплин разработанными в течение десятилетий концепциями и подходами к менеджменту гостеприимства и туризма, а также свежими теориями, недавно опубликованным в журнальных статьях, монографиях и учебниках. С одной стороны, курсы управленческой и экономической тематики стали неотъемлемым элементом отечественной системы образования, в том числе, благодаря присутствию на российском книжном рынке большого числа переводных и отечественных учебников и монографий. С другой стороны, в активе отечественных вузов имеются хорошо отработанные узкоспециализированные курсы отраслевой туристской направленности, которые нередко недостаточно увязаны с современными экономическими и управленческими концепциями.

Вторая, сопряженная с первой, проблема – недостаточность проникновения собственных исследовательских наработок вузов в учебный процесс. Развитие образования не только неразрывно связано с фактически происходящими социально-экономическими изменениями, но и в существенной степени обеспечивается научными исследованиями. Однако уровень и масштабы научных исследований не во всех вузах, где готовят специалистов по туризму, соответствуют международным требованиям. Между тем, магистерская подготовка не может протекать вне глубоких фундаментальных и прикладных научных исследований, однако, в предыдущие десятилетия в данной области знания сложилось недостаточное количество научных школ для удовлетворения текущих и потенциальных потребностей рынка.

Проведение научно-исследовательской работы, в свою очередь, предполагает наличие определенной эмпирической базы, основными источниками обеспечения которой является реальный бизнес. Соответственно, третья выделяемая нами проблема магистерской

подготовки в российских вузах - недостаточный доступ к эмпирическим данным. Фактически российские организации сферы туризма и гостеприимства зачастую закрыты для предоставления эмпирической базы, что, несомненно, является серьезным барьером при проведении научных исследований в данной области.

Таким образом, в целом можно говорить о том, что российская подготовка для индустрии гостеприимства и туризма характеризуется невысоким уровнем взаимосвязи научно-исследовательской работы, учебной работы и институциональных связей с бизнесом, что представляется комплексной проблемой, коренным образом осложняющей реализацию конкурентоспособных отечественных магистерских программ в сфере гостеприимства и туризма.

Вместе с тем, в мировой практике существует целый ряд примеров научноориентированных программ подготовки магистров для индустрии гостеприимства и туризма (например, Университет Корнелл, Университет Монаш, Университет Дж.Вашингтона, Гонконгский Политехнический университет, Университет КаФоскари, Тилбургский университет, и т.д.). Развитая научно-исследовательская составляющая обусловлена функционированием на базе этих учебных учреждений ведущих научных центров, определяющих направления дальнейших исследований в сфере гостеприимства и туризма в мировом масштабе (например, Center for Hospitality Research в университете Корнелла, The International Centre of Studies on the Tourist Economy в университете Ка Фоскари и т.д.). Кроме того, ряд ведущих университетов мира имеет исследовательские центры более широкой сервисной направленности, также включающие рабочие группы по исследованиям в сфере гостеприимства и туризма (например, The Center for Services Leadership университета штата Аризона; Centre for Service Management Кренфилдской школы менеджмента, Center for Services Marketing университета Мэриленд; Centre for Relationship Marketing and Service Management университета Ханкен).

Следует отметить регулярно проводимые научные конференции как по гостеприимству и туризму, так и крупнейшие ежегодные международные конференции по менеджменту и экономике сферы услуг, также непременно включающие тематику гостеприимства и туризма. Это – ежегодные Travel and Tourism Research Association Conference; Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference; Interdisciplinary Tourism Research Conference; Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education Conference; International Conference on Sustainable Tourism; International Research Symposium on Service Excellence in Management (QUIS); International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM); International Research Symposium in Service Management (IRSSM); Annual Frontiers in Service Conference, а также многочисленные конференции, проводимые отдельными университетами.

Публикационная активность по тематике гостеприимства и туризма находит отражение как в крупнейших журналах по менеджменту, маркетингу и экономике, так и в специализированных научных журналах по данной тематике, издаваемых ведущими издательскими домами мира, в частности - SAGE Publications (Journal of Hospitality and Tourism Research, Cornell Hospitality Quarterly и Journal of Travel Research и др), Taylor & Francis Group (Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research, International Journal of Hospitality & Tourism Administration, Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, Journal of Hospitality Marketing & Management Current Issues in Tourism и др.), Elsevier (например, Annals of Tourism Research, International Journal of Hospitality Management и др.).

Также следует отметить существование глобальных и национальных профессиональных академических ассоциаций и наличия развитой академической network (The Travel and Tourism Research Association–TTRA; International Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education–CHRIE; The Association for Tourism in Higher Education, Великобритания и т.п.), обеспечивающих синергетический эффект исследованиям в индустрии гостеприимства и туризма.

Выраженный исследовательский вектор обуславливает преемственность и передачу в учебных заведениях знаний благодаря вовлеченности в проведение научно-исследовательской работы студентов и аспирантов. Учащиеся, таким образом, получают не только операционные навыки, чем, как правило, ограничивается образование практически во всех российских вузах, готовящих специалистов в сфере гостеприимства и туризма, но и имеют возможность развития аналитических и исследовательских компетенций, что позволяет будущим магистрам формировать и научно-исследовательскую, и преподавательскую, и бизнес-ориентированную траекторию собственной карьеры.

Стоит отметить и акцент на связь указанных университетов с бизнесом. Фактически речь идет о решении задач, стоящих перед организациями индустрии гостеприимства, с помощью социально-экономических инструментов и методов проведения исследований, и переводе решения прикладных задач в исследовательскую плоскость. Именно такая связка академических учреждений и бизнеса, с одной стороны, обеспечивает системность развития индустрии гостеприимства. С другой же стороны, насыщение образовательных программ университетов исследовательской компонентой обеспечивает высокие стандарты образования в данной сфере и определяет конкурентоспособность выпускников не только на национальных, но и на мировом рынке труда.

Таким образом, индустрия гостеприимства и туризма в мире традиционно рассматривается как одно из динамично развивающихся исследовательских направлений, в то время как на российском образовательном пространстве преобладает подготовка бакалавров, подготовка магистров же в своей массе не является исследовательско-ориентированной и не поддерживается научной деятельностью вузов.

Для отечественной индустрии гостеприимства и туризма на муниципальном, региональном и федеральном уровнях весьма актуальной является потребность в специалистах, имеющих фундаментальную менеджериальную подготовку, обладающих широкой междисциплинарной эрудицией и навыками аналитической и научной работы.

Предполагается, что выпускники программы будут востребованы в коммерческом и некоммерческом секторах как индустрии гостеприимства и туризма, так и смежных с ними отраслей. В частности, речь идет об управляющих компаниях крупных отелей и гостиничных сетей, туристических операторах, государственных и муниципальных органах управления культурой, спортом и туризмом, учреждениях культуры, а также о некоммерческих организациях, принимающих активное участие в формировании продуктов культурного и событийного туризма мирового и национального масштаба.

Минимизация этой компетентностной лакуны видится возможной посредством использования компетенций НИУ ВШЭ как ведущего российского вуза в области экономического, менеджериального и социологического образования. При этом конкурентным преимуществом НИУ ВШЭ выступает более высокий, чем традиционно существует в других вузах, уровень преподавания менеджериальных и экономических дисциплин. Эта компетенция, усиленная тем, что курсы отраслевого характера, преподаваемые в рамках рассматриваемой магистерской программы, могут базироваться на системе менеджериального и экономического знания, позволит вывести образовательный процесс на новый уровень, уйдя от традиционной отраслевой подготовки.

Целью настоящей магистерской программы является подготовка менеджеров и аналитиков, обладающих интегрированными знаниями современных экономико-менеджериальных концепций и подходов к управлению в индустрии гостеприимства и туризме.

3. Требования к уровню подготовки (профессиональным компетенциям) студентов, успешно освоивших магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

Обучение по программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» призвано выработать у выпускников магистратуры комплекс ключевых профессиональных компетенций, необходимых для успешной реализации управленческих и аналитических функций в индустрии гостеприимства и туризме.

Выпускник магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурные компетенции:

- способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые виды деятельности;
- способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;
- способность находить, обобщать, анализировать, синтезировать и критически переосмысливать полученную научную, справочную, статистическую и иную информацию;
- способность принимать организационно-управленческие решения, в том числе нестандартные и оценивать их последствия;
- свободное владение иностранным(и) языком(ами) как средством профессионального общения;
- способность формировать и развивать социальные и деловые взаимоотношения в научной, профессиональной и социально-общественной среде современного общества;
- способность к эффективному использованию современного компьютерного и офисного оборудования и программного обеспечения в рамках возможностей и потенциала современной индустрии гостеприимства и туризма.

Профессиональные компетенции:

научно-исследовательские:

- владение навыками анализа результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями; выявления новых актуальных проблем и тенденций развития отрасли, требующих научно-прикладного исследования, выдвижения гипотез и постановки задач таких исследований;
- способность применять релевантные инструменты и методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования;
- способность интерпретировать полученные результаты научного исследования и представлять их в формах обзоров, отчетов, прикладных разработок, методических материалов, статей, докладов;
- способность руководить научно-исследовательской деятельностью студентов в сфере менеджмента в индустрии гостеприимства и туризме;
- владение навыками разработки и реализации программ образовательной деятельности в индустрии гостеприимства и туризме.

управленческие и предпринимательские:

- способность самостоятельно, в том числе с помощью новейших информационных технологий, приобретать и эффективно использовать в практической деятельности новую информацию для управления организациями индустрии гостеприимства и туризма;
- владение навыками выявления и анализа факторов внешней среды организации и внутриорганизационных факторов;
- способность выявлять приоритетные направления развития туристской деятельности и деятельности индустрии гостеприимства на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне;

- способность к принятию стратегических решений и разработки корпоративных, деловых и функциональных стратегий деятельности и развития организаций индустрии гостеприимства и туризма;
- способность управлять организациями, подразделениями, проектами и сетями в сфере индустрии гостеприимства и туризма;
- умение формировать эффективную систему реализации стратегий, исполнения программ развития, решений различного уровня и контроля за их исполнением;
- способность к внедрению инновационных технологий управления в организациях индустрии гостеприимства и туризма;
- способность формировать организационную структуру управления и моделировать совокупность бизнес-процессов организаций индустрии гостеприимства и туризма;
- владение методами управления ресурсами и процессами организаций индустрии гостеприимства и туризма;
- владение методами планирования, организации и контроля работы исполнителей (групп исполнителей) с учетом отраслевой специфики, стимулирования персонала организации для эффективного осуществления конкретных видов деятельности, работ, проектов,
- способность и навыки применения систем бизнес-интеллекта, на основе использования современных платформ, поддерживающих процессы разработки и принятия управленческих решений.

проектные:

- способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-модели и бизнес-планы создания нового бизнеса;
- способность разрабатывать и реализовывать на уровне организации новые туристские продукты и продукты индустрии гостеприимства, соответствующие современной социально-экономической ситуации;
- владение навыками оценки и технико-экономического обоснования инновационных проектов в индустрии гостеприимства и туризме на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне) и уровне отдельных организаций;
- владение навыками реализации проектной деятельности как в государственных структурах, так и в коммерческих и некоммерческих организациях, с учетом существующей специфики их функционирования;
- способность использовать углубленные знания специфики кросс-культурного взаимодействия при разработке и осуществлении широкомасштабных, в том числе международных, проектов туристской индустрии и индустрии гостеприимства.

Надо отметить, что общекультурные компетенции, безусловно, формируются в течение практически всей жизни человека, тем не менее, их развитие выступает важным элементом обучения по настоящей магистерской программе. Перечисленные профессиональные компетенции вырабатываются и/или развиваются в процессе обучения в рамках магистерской программы и закрепляются во время практики и стажировок с учетом специфики организаций индустрии гостеприимства и туризма.

4. Особенности содержания и структуры магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

Теоретическая база магистерской программы «Экономика впечатлений менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» представлена дисциплинами цикла общих дисциплин направления и цикла дисциплин программы, формирующими компетенции, которыми должен обладать специалист индустрии гостеприимства и туризма.

Базовый учебный план программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» состоит из нескольких блоков дисциплин, обеспечивающих методологическую поддержку последовательного приобретения учащимися необходимых знаний и навыков. Это блоки адаптационных дисциплин (М0), общих дисциплин направления подготовки «Менеджмент» (М1), а также цикл дисциплин программы (М2), включающий базовые дисциплины и дисциплины вариативной части.

Набор адаптационных курсов сформирован таким образом, чтобы в самом начале обучения по программе учащиеся смогли гармонизировать свои знания уровню обучения в магистратуре НИУ ВШЭ. При этом, с учетом того, что на программу поступают различные группы абитуриентов - из экономических, гуманитарных, технических вузов -, в качестве адаптационных предлагаются дисциплины, позволяющие возможность развить общеменеджерские и экономические компетенции.

Цикл общих дисциплин направления обеспечивает фундаментальную подготовку в области менеджмента, соответствующую образовательному стандарту подготовки магистров по данному направлению, формируя общекультурные и научно-исследовательские компетенции.

Цикл дисциплин программы, включая как базовые дисциплины, так и дисциплины вариативной части, направлен на изучение современных управленческих концепций, подходов и инструментов в сфере гостеприимства и туризма, а также российского и мирового опыта их применения. Эти дисциплины и последующее освоение изученных методик и инструментов в ходе практики, позволяет приобрести профессиональные компетенции – управленческие и предпринимательские, проектные.

Научно-исследовательские компетенции последовательно и непрерывно формируются на протяжении двух лет обучения по программе. В рамках любой индивидуальной образовательной траектории предусматривается проведение самостоятельных исследований, представление полученных результатов в формате курсовой работы, рефератов и эссе, выступлений с докладами на семинарах и конференциях, участие в научно-исследовательском семинаре и написание магистерской диссертации.

Кроме этого в процессе обучения по программе формируются и развиваются навыки использования иностранных языков. Значительная часть курсов будет содержать элементы методического обеспечения на английском языке (слайды, кейсы, задания и т.п.), самостоятельная работа студентов также предполагает сбор и анализ информации из зарубежных источников.

5. Условия реализации магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

Кадровый состав и материально-техническая база реализации магистерской программы

Реализация магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» на факультете менеджмента НИУ ВШЭ и в филиале НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге обеспечивается силами профессорско-преподавательского

состава факультета менеджмента НИУ ВШЭ, филиала НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, других подразделений НИУ ВШЭ, ведущими специалистами учреждений высшего профессионального образования, а также привлекаемыми к преподаванию специалистами-практиками, экспертами в соответствующих областях.

Все преподаватели магистерской программы имеют ученые степени доктора или кандидата наук (либо приравненную к ним ученую степень зарубежных университетов), или являются привлекаемым высококвалифицированными специалистами-практиками, обладающими значительным опытом работы в индустрии гостеприимства и туризме.

Научные руководители программы:

Гордин В.Э., д.э.н., профессор НИУ ВШЭ СПб, и.о. декана факультета экономики. Автор большого количества учебников и статей, опубликованных в РФ и за рубежом, касающихся проблем управления в области туризма, культуры, творческих индустрий, в частности деятельности организаций сферы услуг, развитию культурного туризма и т.д.

Предводителева М.Д., к.э.н., доцент, доцент кафедры общего и стратегического менеджмента факультета менеджмента НИУ ВШЭ, автор публикаций по менеджменту организаций сферы услуг и туристической отрасли.

Подразделения НИУ ВШЭ, реализующие магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», располагают необходимой для этого материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов учебной и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет), помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью и видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций), компьютерные классы, библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и к Интернету).

Также в рамках программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» в соответствии с учебным планом предусмотрена практика студентов в организациях индустрии гостеприимства и туризма, в аналитических и научных организациях и структурах

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса основывается на свободном доступе каждого студента к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме».

Активное использование подписных электронных ресурсов (таких как EBSCO, ScienceDirect, ProQuest и т.п.) в процессе обучения повышает уровень владения данными базами и ориентирует учащихся на использование передовых знаний в рассматриваемой области.

Магистерская программа «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) ООП. Содержание учебных курсов (дисциплин, модулей) представлено в сети Интернет или локальной сети НИУ ВШЭ.

Организация учебного процесса

Реализация Программы будет происходить на основе совместной междисциплинарной академической и исследовательской деятельности факультета менеджмента НИУ ВШЭ и Санкт-Петербургского филиала НИУ ВШЭ, а также использования потенциала других факультетов НИУ ВШЭ.

В рамках данной магистерской программы студентам обеспечивается реальная возможность участия в формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных траекторий на основе выбора студентом дисциплин из курсов вариативной части программы.

Минимальное и максимальное количество студентов в группах, изучающих дисциплины по выбору, зависит от общей численности студентов программы и регулируется руководителем магистерской программы. Если какая-либо из дисциплин по выбору объявлена несостоявшейся, студенты получают возможность записаться на другую дисциплину с внесением соответствующих поправок в их индивидуальные учебные планы. Расписание занятий студентов магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» предполагает предоставление возможности студентам посещения выбранных комбинаций курсов из вариативного пула.

Факультативные дисциплины будут представлены как в традиционном формате аудиторных занятий, так и проходить в режиме он-лайн. При этом прохождение он-лайн курсов магистерских программ в области гостиничного менеджмента и туризма ведущих вузов мира будет подтверждаться получением соответствующего сертификата.

Учебные группы для проведения аудиторных занятий формируются в размере не более 25 человек.

Оценка качества освоения магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» осуществляется в ходе текущей, промежуточной и итоговой аттестации. Для текущей и промежуточной аттестации студентов используются разнообразные оценочные средства: тесты, контрольные работы, эссе, типовые индивидуальные и групповые задания, выполняемые в рамках аудиторных занятий и в ходе самостоятельной работы. Промежуточный контроль уровня освоения знаний учащимися планируется в форме письменных экзаменов и зачетов. Итоговая государственная аттестация предполагает защиту выпускной квалификационной работы, выполняемой в виде магистерской диссертации.

Значительную роль при обучении в рамках программы играет возможность студентов изучить зарубежные курсы по тематике менеджмента в индустрии гостеприимства и туризме, и ознакомиться с основными мировыми исследовательскими тенденциями в данном поле. В связи с этим предполагается сотрудничество в академической и научной форме с различными американскими и европейскими университетами, среди которых – Корнельский университет, Болонский университет, университет Аальто и другие. Среди этих форм сотрудничества – лекции западных профессоров; возможность элективного дистанционного изучения отдельных курсов в сфере гостеприимства и туризма; реализация совместных исследовательских проектов исследователей из ВШЭ и иностранных вузов-партнеров.

6. Концепция Научно-исследовательского семинара

Научно-исследовательский семинар по программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» является одной из основных активных форм обучения. Целью семинара является развитие навыков научно-исследовательской работы, включая навыки сбора, систематизации, анализа релевантной информации, представления результатов исследования. Научно-исследовательский семинар способствует постановке и уточнению цели магистерской диссертации, определению подходов к ее достижению, а также направлен на подготовку учащихся к самостоятельной деятельности, включающей аналитические и презентационные компоненты, в том числе проведение пресс-конференций, круглых столов для различных целевых аудиторий по итогам проектов.

Руководителем научно-исследовательского семинара является проф. В.Э. Гордин, заместителем – доц. М.Д. Предводителя.

Занятия по научно-исследовательскому семинару проводятся в течение двух лет

обучения (начиная со второго модуля первого года).

Работа НИС формируется из двух циклов деятельности:

1. подготовка магистерской диссертации;
2. формы научно-исследовательского семинара.

В результате первого года обучения учащиеся овладевают методами поиска и отбора релевантной информации и выбора аналитического аппарата. С этой целью в учебный процесс включены профориентационные мастер-классы представителей бизнес-сообщества, направленные на обозначение текущих тенденций в туризме и гостеприимстве, а также - лекции приглашенных иностранных профессоров, сфокусированные на освещении новых направлений исследований в менеджменте индустрии гостеприимства и туризме. Также особая роль отводится групповым и проектным подходам к проведению занятий, дающим синергетический эффект. Указанные формы способствуют выполнению по итогам первого года обучения курсовой работы, а также формированию у учащихся представления о возможных направлениях исследования в рамках написания магистерской диссертации.

На втором году обучения используются аналогичные формы научно-исследовательского семинара. Однако превалирующую роль играет индивидуальная работа студентов с научными руководителями их магистерских диссертаций. В ходе проведения научно-исследовательского семинара определяется предварительная тема магистерской диссертации, формулируется цель исследования, определяются задачи и способы их достижения, формируется план диссертации, находящие отражение в активной самостоятельной исследовательской работе. Подготовленная магистерская диссертация представляется к предзащите. Переработанная и дополненная с учетом высказанных замечаний магистерская диссертация выносится на защиту.

НИС будет иметь в том числе проектную основу, включая реализацию проектов группами магистров на различных объектах исследования.

Семинар подразумевает активное использование первичной информации и сетевых ресурсов Интернета для приложения изученных исследовательских методик.

В рамках семинара специализации «Менеджмент событийного и культурного туризма» в филиале НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге студенты получают освещающую различные культурные события информацию от международных культурных обсерваторий различных стран (Англия, Франция, США и других), которая может лечь в основу исследований наряду с базами данных органов управления турфирмами различных стран, итоговыми отчетами оргкомитетов крупнейших спортивных мероприятий (Олимпиад, Чемпионатов мира и других).

Для НИС специализации «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии» можно выделить два основных источника данных. Это – российские и мировые базы данных, включающие показатели, характеризующие различные аспекты гостиничной индустрии и туризма. Кроме того, предполагается использование первичных данных, предоставляемых организациями индустрии гостеприимства и туризма, в т.ч. в рамках планируемой ПУГ.

Рубежный контроль по итогам НИС производится в виде зачета. Задолженность по НИС является академической задолженностью.

7. Условия зачисления на магистерскую программу «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»

В рамках данной программы предполагается осуществлять обучение по двум специализациям:

- «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии» (обучение в Москве на факультете менеджмента НИУ ВШЭ)
- «Менеджмент событийного и культурного туризма» (обучение в филиале НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге).

Набор абитуриентов на данную магистерскую программу производится в Москве и Санкт-Петербурге независимо. Абитуриенты, успешно прошедшие вступительные испытания в Москве, зачисляются в НИУ ВШЭ Москва. Абитуриенты, успешно прошедшие вступительные испытания в Санкт-Петербурге, зачисляются в филиал НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге.

Порядок и содержание конкурсного отбора, включая состав конкурсных процедур, определяется с учетом настоящей Концепции в соответствии с Положением НИУ ВШЭ о порядке приема для обучения по программам магистратуры НИУ ВШЭ.

На программу принимаются лица, имеющие высшее образование (диплом бакалавра или специалиста) и выдержавшие конкурсные испытания, свидетельствующие о способности абитуриента к приобретению знаний и навыков в рамках магистерской программы.

Реализация программы на первом курсе осуществляется параллельно в Москве и Санкт-Петербурге, обеспечивая равноценный уровень подготовки магистров (в том числе с помощью академической мобильности преподавателей). Обучение на втором курсе реализуется согласно выбранной специализации в том же кампусе, в который произошло зачисление абитуриентов (Москва и Санкт-Петербург), что позволяет, с одной стороны, расширить возможности (и соответственно рыночную конкурентоспособность) программы за счет разнообразия приобретаемых в ее рамках компетенций, а, с другой - учесть существующие особенности регионального спроса на специалистов, а также научно-исследовательский потенциал и кадровые ресурсы учебных подразделений НИУ ВШЭ.

В первом семестре второго года обучения по программе отдельным студентам, продемонстрировавшим наиболее высокие результаты по первому году обучения, предоставляется возможность продолжить обучение в кампусе НИУ ВШЭ или его филиале в Санкт-Петербурге по выбору.