

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.8 ЭТИКЕТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки:

43.04.02 Туризм (Направленность (профиль): Технология и организация развлечений)

Трудоемкость: 2 з.е

Промежуточная аттестация: зачет

Автор: Т.П. Антонова, доцент

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Этикетные технологии в туризме» является владение современными знаниями разработки и использования стратегических подходов в управлении развитием туристской индустрии.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

в проектно-конструкторской деятельности:

-формирование целей разработки туристского проекта и выявления приоритетов в проектировании туристской деятельности;

-оперативное и стратегическое прогнозирование, проектирование и планирование предоставления услуг туристской деятельности на федеральном региональном муниципальном уровне;

-оперативное и стратегическое планирование и проектирование деятельности предприятий туристской индустрии;

-проектирование и создание туристско-рекреационных зон и комплексов.

в производственно-технологической деятельности:

-совершенствование процессов разработки и реализации туристских продуктов, отвечающих требованиям потребителей;

-выявление и оценка инновационно-технологических рисков процессов реализации туристских продуктов.

в организационно-управленческой деятельности:

-организация и управление работой коллектива предприятия туристской индустрии;

-принятие тактических и стратегических решений в разработке и реализации туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей;

-мониторинг и оценка туристской деятельности на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном(локальном) уровне).

в сервисной деятельности:

-разработка и внедрение стандартов качества комплексного туристского обслуживания потребителей, создание систем безопасности;

-организация работ по стандартизации и сертификации туристского продукта.

в научно-исследовательской деятельности:

-проведение комплексных научных исследований в сфере туризма;

-системный анализ рынка туристских услуг и прогнозирование его развития с целью эффективного функционирования туристской индустрии и обеспечения запросов потребителей;

-разработка и внедрение инновационных технологий в процессы предоставления услуг туристской индустрии и научное сопровождение туристской деятельности;

-оценка эффективности инноваций в туристской деятельности.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Этикетные технологии в туризме» включена в базовую (вариативную) часть профессионального цикла дисциплин учебного плана подготовки магистра по направлению 43.04.02 *Туризм*.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении курсов: «Технологии продаж», «Менеджмент в туристской индустрии»

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОК- 3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение

Предмет, цель, структура дисциплины. Место этики и делового этикета в структуре философского знания. Значение делового этикета и факторы, его формирующие. Происхождение слов этикет, регламентация, дипломатический протокол. Деловой этикет как отражение опыта, нравственных представлений и вкусов определенной социальной группы. История и принципы делового этикета. Понятие речевого этикета. Учет особенностей партнеров, ситуации общения и традиций данного общества при формулировании и использовании речевого этикета.

Тема 2. Сущность и содержание делового этикета. Технологии делового этикета

Разные формы этикетной коммуникации: эпистолярный (письменный) этикет, речевой этикет и поведенческий этикет. Коммуникативные роли участников общения в этикете: половоз-растные, социально-психологические, этнические, служебно-должностные, религиозные. Основные виды современного этикета: придворный (или королевский), воинский, дипломатический, общегражданский, деловой и этноэтикет. Технологии делового этикета - отношения с клиентами, заказчиками, партнерами, конкурентами и т.д. на всех уровнях, включая международный.

Тема 3. Технологии приветствия. Правила представления и знакомства

Разнообразные обращения в повседневной жизни: официальная форма обращения на «вы» и по имени-отчеству независимо от родственных или дружеских связей. Обраще-

ние «господин» плюс фамилия, принятое сегодня в политических и деловых кругах. Правила приветствия. Правила представления и знакомства.

Тема 4. Технология переговоров. Технология национальных стилей ведения переговоров

Технология переговоров, Общие рекомендации по ведению переговоров. Практика деловых переговоров. Национальные стили ведения переговорного процесса. Американский стиль - высокая компетентность каждого участника делегации. Английский стиль прагматичен, но вместе с тем гибок по отношению к инициативам с другой стороны. Французскому стилю присущ значительный удельный вес предварительных договоренностей. Немецкий стиль отличают сухость и педантизм, глубокий коммерческий расчет. Японскому стилю ведения переговоров свойственны гибкость, стремление к взаимным уступкам. Арабский стиль предполагает установление доверия между партнерами. Китайский стиль - высокая степень трудолюбия и работоспособности деловых людей, предприимчивость и умение из всего извлекать выгоду. Южнокорейский стиль отличается желанием «брать быка за рога». Индийский стиль деловых отношений отличается переплетением традиционных компонентов индийской национальной культуры делового общения и строгих канонов английского бизнеса и предпринимательства. В турецком стиле принято придерживаться точно назначенного времени деловых и личных встреч.

Тема 5. Технология ведения деловых телефонных разговоров. Технология оформления официальной корреспонденции

Телефонный этикет. Основные правила пользования телефоном. Правила ведения деловых телефонных разговоров. Деловая беседа по телефону. Подготовка к разговору. Правила, которые должны соблюдаться при отправлении телекса, правила пользования автоответчиком. Электронная почта. Эпистолярный этикет. Общие правила пользования сотовым телефоном.

Правила оформления официальной корреспонденции. Деловое письмо. Типы деловых писем: письмо-просьба, письмо – извещение, напоминание, подтверждение, претензия, отказ, извинение, гарантийное письмо, циркулярные письма.

Тема 6. Технологии деловых приемов, застолья

Технологии деловых приемов, застолья (официального и неофициального), встреч и проводов. Размещения в гостиницах по заранее разработанным методикам и сценариям, алгоритмам которые хорошо известны специалистам протокольных служб, гостиничного, ресторанного и туристского бизнеса. Этикет официальных мероприятий. Виды приёмов и поведение на них: «Бокал шампанского», «Завтрак», «Жур фикс», «Коктейль», «Фуршет», послеобеденный «а ля фуршет», обед, ужин. Презентация. Протокол официальных мероприятий. Визитные карточки.

Тема 7. Технологии построения имиджа современного делового человека туристской организации

Имидж современного делового человека. Типы имиджей. Технологии построения имиджа руководителя, бизнесмена, делового человека. Имидж туристской фирмы. Ключевые факторы, производящие положительное впечатление на окружающих: элегантная одежда, привлекательная причёска, тонкий макияж, аксессуары. Костюм деловой женщины. Костюм делового мужчины.

Тема 8. Служебный этикет работников туристских организаций.

Место этики и этикета в туристской деятельности. Структура коммуникативного процесса. Особенности деловой коммуникации. Коммуникативный аспект общения в профессиональной сфере. Основные функции делового и профессионального общения. Корпоративный этикет: понятие и основные принципы. Особая роль этикетных технологий специалиста сферы социально-культурного сервиса и туризма. Цель подарка в деловой жизни