

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Зарегистрировано

№ _____

“ _____ ” _____ 2009 г.

Утверждено Мин ВУЗом РУз

№ _____

“ _____ ” _____ 2009 г.

ТИПОВАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине:

“ ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ ”

Сфера знания: 800000 - Услуги

Сфера образования: 810000 - Оказание услуг

Направление образования: 5810100 – Туризм

Сфера знания: 800000 - Услуги

Сфера образования: 810000 - Оказание услуг

Направление образования: 5811700 – Сервис (туризм и гостиничное хозяйство)

Сфера знания: 300000 – Гуманитарные предметы, бизнес и право

Сфера образования: 5340000 – Бизнес и управление

Направление образования: 5340300 – Маркетинг (туризм)

Сфера знания: 300000 – Гуманитарные предметы, бизнес и право

Сфера образования: 5340000 – Бизнес и управление

Направление образования: 5340200 – Менеджмент (туризм)

Ташкент – 2009 г.

Учебная программа дисциплины одобрена Координационным Советом деятельности учебно-методических объединений Высшего и среднего специального и профессионального образования.

Протокол № _____ от « ____ » _____ 2009 г.

Учебная программа дисциплины разработана Ташкентским Государственным экономическим университетом

Составители: старший преподаватель Хасанова Л.Г.
старший преподаватель Садиков Т.Б.

Рецензенты: 1. Шамсиев А.Х.-Начальник управления «Международных связей и инвестиций» НК «Узбектуризм»
2. Голышева Е.В. – начальник отдела «Маркетинг, реклама и информации» НК «Узбектуризм»

ВВЕДЕНИЕ

Туризм во всем мире стал одной из самых значительных экономических отраслей. Кроме того, туризм является специфической формой деятельности людей, которую обязательно нужно управлять. Размышления о том, что такое деловой этикет- это правила поведения и взаимоотношений со своим внешним окружением и выполнением этических норм. На развитии туризма во все времена оказывали влияние экономические, социальные и технико-технологические факторы. «Серьезные качественные изменения происходят в решении проблемы занятости населения. В решении этого острого для нас вопроса наряду с ускоренным развитием малого бизнеса и частного предпринимательства большая роль отводится развитию сферы услуг».¹

Там, где менеджменту туристского места отводится особая роль, гарантируется высокий результат в конкурентной борьбе.

Цели и задачи обучения.

Целью курса «Деловой этикет в международном туризме» является ознакомление студентов с основными понятиями и управленческими категориями в туризме.

В данной учебной программе на основе общих концептуальных принципов представлены различные аспекты менеджмента в туризме. Большое влияние уделено тем методам управления туризмом, которые наиболее важны для практической деятельности.

Задачами изучения данного курса являются:

- определение особенностей туризма как объекта управления;
- ознакомление с основными этапами развития менеджмента;
- изучение системы и структуры управления туризмом;
- изучение основных функций менеджмента;
- обучение управлению персоналом туристской фирмы;
- обучение формам делового общения;
- изучение эффективности управленческих решений;

Основные требования, предъявляемые к навыкам, учебе и знаниям студентов по дисциплине.

Слушатель по курсу «Деловой этикет в международном туризме» должен:

а) иметь представление:

- о методах выбора иностранных партнеров, о национальных особенностях деловых партнеров;
- о типовых контрактах, их структуре и содержание;
- о коммерческих формах передачи техники и технологии
- о создании и управлении совместными предприятиями;

¹ И. Каримов. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Ташкент - «Узбекистан» - 2009, с.3.

- об организации и техники коммерческих операций на международных биржах, торгах и аукционах;
- об инвестициях в международный туризм;

знать и уметь использовать:

- научные методы организации и управления развитием международного туризма;
- методов осуществления внешнеэкономических операций, этапы и тактика ведения переговоров, составление делового протокола;
- как привлечь инвестиции, в том числе иностранные, в индустрию туризма;
- как планируются инвестиционные вложения с учетом спроса и предложения туристических услуг;
- уметь осуществлять анализ действенности вложенных инвестиций.
- создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для обслуживания зарубежных граждан.

в) иметь навыки:

- разработки методов организации, управления и осуществления инвестиционной политики страны;
- выбора иностранного партнера, учета национальных особенностей;
- исследования основных экономических показателей деятельности зарубежных фирм;
- заключения внешнеторговых договоров купли-продажи, передачи техники и технологии;
- определения рациональных форм и методов сотрудничества в области инвестирования;
- расчета экономической эффективности развития международного туризма.

**Взаимосвязи дисциплины с другими курсами,
предусмотренными в учебном плане.**

Изучение курса «Деловой этикет в международном туризме» тесно взаимосвязано с дисциплинами, предусмотренными в учебном плане. Курс «Деловой этикет в международном туризме» тесно связан с другими учебными дисциплинами, такими как «Менеджмент», «Международный менеджмент», «Международный туристический бизнес», «Внешняя среда туристической фирмы», «Коммуникация в туризме», «Управление персоналом».

Новые технологии при обучении дисциплины.

При обучении дисциплины «Деловой этикет в международном туризме» используются методы передовых педагогических технологий, привлечение к проведению лекционных занятий по определенным темам ведущих специалистов и руководителей соответствующих крупных отечественных и зарубежных туристических фирм и организаций, применение дистанционного обучения на основе использования компьютерных программ позволит перейти на новую ступень подготовки специалистов в области международного туризма.

В процессе обучения студентам прививаются знания, навыки и опыт сбора, передачи, обработки, обобщения, выдачи информации и принятия оптимальных управленческих решений на основе использования современных информационных технологий. Использование сети Интернет в туристическом бизнесе позволит иметь доступ к информации о всех международных туристических организациях.

Семестры обучения дисциплины и методические указания.

Курс «Деловой этикет в международном туризме» обучается на 5 семестре. Приступать к изучению дисциплины следует после изучения гуманитарных и социально-экономических, математических и естественных дисциплин, а также макро и микро экономики. Улучшению освоения данного курса способствуют изучение таких дисциплин как «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Международный бизнес», «Организационное поведение», «Товары и международные стандарты», и т.д. Изучение курса должно сопровождаться с углубленным изучением научных трудов зарубежных и отечественных экономистов, написанием рефератов, самостоятельных обзоров о состоянии маркетинговой деятельности и процессах управления маркетингом отдельных фирм, предприятий, организаций и ведомств.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Цели и задачи предмета «Деловой этикет в международном туризме»

Профессиональная роль любого сотрудника организации. Этические нормы. Правила поведения и взаимоотношений со своим внешним окружением. Соблюдение деловых отношений. Один из главных критериев оценки профессионализма. Организация в целом. Понятие о деловом этикете. Ведение деловой беседы. Основы риторики. Организация деловых отношений. Индивидуальное планирование рабочего времени руководителя. «...развитие инфраструктуры является обширной сферой приложения труда, что позволяет создать новые рабочие места и обеспечить занятость населения, особенно молодежи, повысить уровень доходов и благосостояния людей.»²

Необходимость психологического отражения реального в общении.

² И. Каримов. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Ташкент - «Узбекистан» - 2009, с.3.

Сознание индивидуума и общение. Мозг человека. Сформированный орган психологических явлений. Учение о мозге. Информационные процессы и их воздействие на общение. Искусственный разум. Поразительный феномен жизни. Свойство мозга. Разума человека. Внутренний мир человека. «Совсем недавно принят и сегодня реализуется Указ Президента Республики Узбекистан по оказанию дополнительной помощи банковским и финансовым структурам, поддержке деловой активности предприятий и компаний реального сектора экономики, повышению рентабельности производства и экспортных возможностей, выделению им в этих целях дополнительных налоговых льгот и преференций и реализации наряду с этим других крупномасштабных мер и проектов.»³

Сознание и самосознание.

Деловые отношения. Личные встречи, беседы, совещания. Деловой этикет является посредником. Общее решение. Держать определенную дистанцию сглаживать острые углы и с достоинством выходить из затруднительных или неприятных ситуаций. Введение в деловой этикет. «Мелочи» этикета при проведении деловой беседы. Как построить и вести деловую беседу. Метод снятия напряжения. Метод стимулирования игры воображения. Метод прямого подхода.

Искусство делового общения.

Значение делового общения. Формы делового общения. Организация делового общения. Общение – основная форма человеческого бытия, извечное свойство человека. «Общение людей – роскошь», как сказал французский писатель Антуан де Сент-Экзюпери. Эта роскошь делает человека человеком. Отсутствие или недостаток общения деформирует человеческую личность. Составные элементы организации делового общения. Искусство общения. Анализ беседы. Навыки межличностного общения. Роль общения в жизни менеджера сферы туризма

Организация делового совещания.

Задачи деловых совещаний. Виды деловых совещаний. Организация проведения деловых совещаний. Проведения деловых встреч. Классификация деловых совещаний. Основные этапы организации проведения деловых совещаний. Определение эффективности деловых совещаний. Деловые совещания – одна из важнейших форм управленческой деятельности. Во время совещания происходит обмен информацией между подчиненными и руководителем. Принимаются управленческие решения. Технология организации и проведения деловых совещаний.

Этика бизнеса

Долгое время в нашей стране слово "этикет" ассоциировалось со словом "манеры". Это результат воздействия государственной политики. Одной из

³ И. Каримов. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Ташкент - «Узбекистан» - 2009, с.3.

установок которой являлось противопоставление социологическое товарищества, чувства локтя буржуазному манерничанью, капиталическим нравам, чуждой марали. Внешний вид. Одежда делового человека. Жесты и движения. Деловая переписка и культура речи. Деловое письмо. Факсы, телефонные переговоры. Этикет - главное орудие формирования имиджа.

Деловые переговоры

Переговоры предназначены для достижения соглашения между людьми, когда обе стороны имеют совпадающие либо противоположные интересы. Что представляет собой такое определение переговоров? Переговоры - это всегда торг. Подготовка деловых переговоров. Проведение переговоров. Вариационный метод переговоров. Метод интеграции. Компромиссный метод. Решение проблемы и завершение переговоров. Анализ деловых переговоров. Условия эффективности переговоров.

Искусство публичной коммуникации

Основы коммуникаций. Вербальные коммуникации в ПР и невербальные коммуникации. Публичные выступления. Правила составления текстовых материалов. Коммуникации - это обмен информацией между двумя или более людьми. Значимость коммуникаций как сферы деятельности и области знаний в развитых странах растет. По специальности, или программе коммуникаций ведется подготовка выпускников американских и европейских университетов.

Специфика делового этикета и средства массовой информации (СМИ)

Основные понятия СМП. Интервью. Мониторинг СМИ. Работа с радио и телевидением. Специалисты призваны дирижировать отношениями между своей организацией и СМИ, поддерживать информационный баланс двустороннюю информационного взаимодействия. В долгосрочной перспективе как организация, так и СМИ заинтересованы в поддержании такого взаимодействия. Контент - анализ.

Искусство работы с прессой

Особенности работы с прессой. Материалы для прессы. Пресс конференции. Мероприятия с участием журналистов Работа с радио и телевидением. Отношения с прессой продолжают оставаться важнейшим из направлений работы с СМИ. Пресса служит для организации, во-первых, каналом широкого информирования общественности о самой организации, а во-вторых, источником информации, необходимым для принятия решений. В работе с прессой следует помнить, что организация заинтересована в освещении только позитивной стороны своей деятельности или в выгодной для себя информации.

УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ.

Примерная тематика практических занятий.

1. Цели и задачи предмета «Деловой этикет в международном туризме»
2. Необходимость психологического отражения реального в общении.
3. Сознание и самосознание.
4. Искусство делового общения.
5. Организация делового совещания.
6. Этика бизнеса
7. Деловые переговоры
8. Искусство публичной коммуникации
9. Специфика делового этикета и средства массовой информации (СМИ)
10. Искусство работы с прессой

Тематика самостоятельных работ.

В качестве самообразования необходимо глубоко изучить общее современное состояние мирового туризма, макро- и микроэкономические показатели, законы и нормативные акты, регулирующие развитие международного туризма.

Для самообразования рекомендуется следующая примерная тематика работ:

1. Современное состояние национальной экономики.
2. Международные нормативные акты и особенности нормативных актов по осуществлению деятельности в сфере туризма.
3. Основные принципы управления в сфере международного туризма .
4. Особенности современного мирового рынка тур услуг
5. Состояние и формы международного туризма в Узбекистане.
6. Методика определение показателей экономической эффективности экспортно-импортной деятельности тур предприятий.
7. Основные законодательные акты и нормативные документы, регулирующие туристскую деятельность в Узбекистане.
8. Организация туризма в развитых странах.
9. Правовое положение и ответственность тур операторских фирм, функционирующих на мировом рынке.
10. Личностные характеристики тур агентов и их анализ для правильного выбора тактики переговоров.
11. Формы делового общения и их традиционное оформление.
12. Расчет экономической эффективности.

Содержание тем курсовых работ и методика их выполнения.

По курсу «Деловой этикет в международном туризме» курсовая работа (проектирование) не предусмотрено учебным планом.

Рекомендуемая литература.

Основная литература

1. И. Каримов. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Ташкент - «Узбекистан» - 2009 г.
2. Ушаков Д.С. Страноведение: Учебное пособие.- М.: ИКЦ «Март», Ростов н/Д: Издат Центр «Март», 2009.- 256 с.
3. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия. Учебно-практическое пособие. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
4. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов.- М: Аспект Пресс, 2007, 400 с.

Дополнительная литература

1. Учебное пособие по изучению произведения Президента Республики Узбекистан Ислам Каримова “«Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана». Авторы: Б.Ю.Ходиев, А.Ш.Бекмурадов, У.В.Гофуров, Б.К.Тухлиев. – Т.: Иқтисодиёт, 2009. – 120 с
2. Александрова А.Ю. География туризма. Учебник. М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.
3. Сенин В.С. Организация международного туризма туризма: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 400 с.
4. Биржаков М.Б, Введение в Туризм: Учебник. – Издание 8-е, переработанное и дополненное. - СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 512 с.
5. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
6. whc.unesco.org/en - Центр всемирного наследия ЮНЕСКО
7. www.mirtour.ru
8. www.uzbekgateway.uz

