



Омский Государственный
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

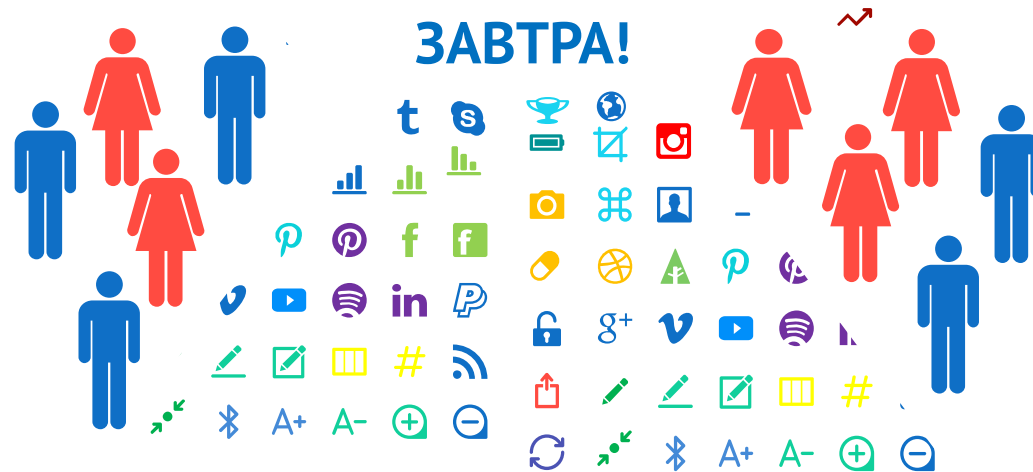


Кафедра «Туризм, гостиничный
и ресторанный бизнес»

ТУРИЗМ

43.02.02

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЗАВТРА!



Омск, 2021

Значимость отрасли туризма

МИР

10,3% - вклад туризма в мировой ВВП (2019)

3,5 % - ежегодный рост Туризма – это выше среднемирового роста ВВП – одна из самых быстрорастущих отраслей

Каждое 10-е рабочее место создается туризмом.

330 млн человек занято в туризме в мире

РОССИЯ

5% экономики России – Туризм 5,5 трлн руб.
вклад туризма в ВВП (2019 г.)

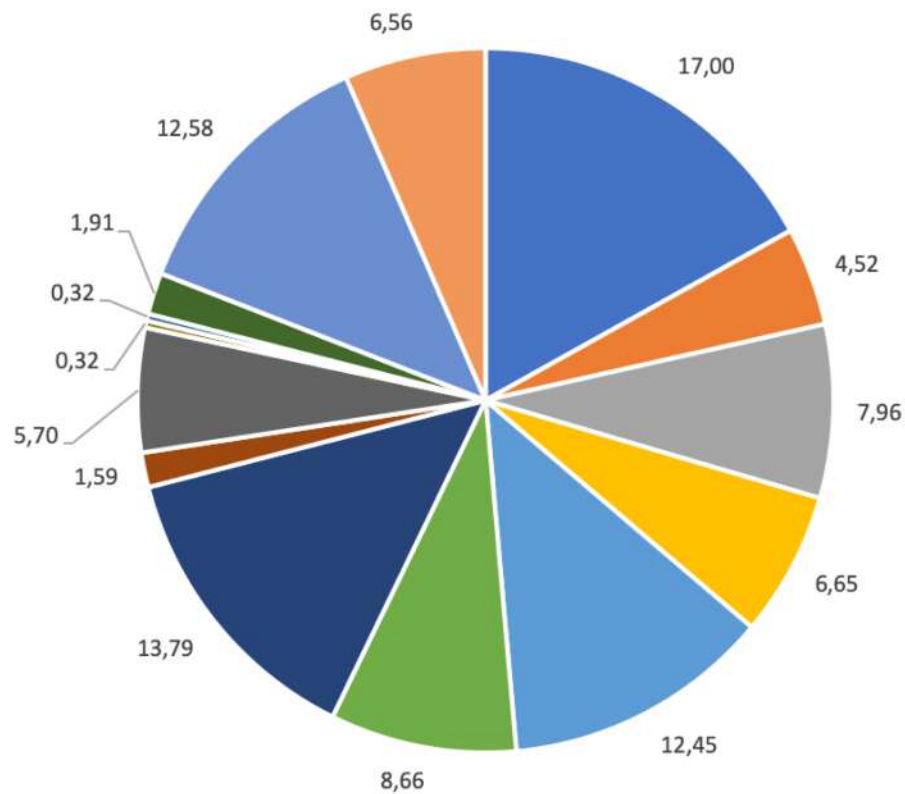
56 отраслей является частью
индустрии туризма и гостеприимства
от 4 до 7 млн. рабочих мест создается туризмом
(более 5,6 % от общей занятости)



Доля студентов, обучающихся по направлению "Туризм"
(бакалавриат, магистратура)

Регионы-лидеры:

Алтайский край,
Красноярский край,
Омская область,
Тюменская область



- Алтайский край
- Забайкальский край
- Иркутская область
- Кемеровская область
- Красноярский край
- Новосибирская область
- Омская область
- Республика Алтай
- Республика Бурятия
- Республика Тыва
- Республика Хакасия
- Томская область
- Тюменская область
- Ханты-Мансийский автономный округ

По результатам исследования, проведенного в рамках сотрудничества с Межрегиональной ассоциацией экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации

Тренды, определяющие содержание образовательной программы

43.03.02 Туризм



1. Тренды потребительского поведения:

- ✓ Впечатления – дороже материальных благ:
 - для 1/3 россиян новые впечатления важнее владения вещами
 - $\frac{3}{4}$ россиян стремятся узнать новые места во время путешествия

- ✓ Увеличение трат во время путешествий:
 - в среднем по миру – около 30 %
 - по России – 5-10 %

- ✓ Увеличение периодичности туристских выездов за год:
 - 2,5-2,7 поездки в год

- ✓ Около 40% российских туристов интересуются активным и приключенческим отдыхом

- ✓ 2/3 российских туристов любят исследовать местную культуру и кухню (событийные и гастрономические туры)

- ✓ Резкий рост путешествий в одиночку:
 - число одиночных туристов по миру в среднем составляет 24 %

- ✓ Рост сегмента «туристы третьего возраста»

- ✓ Спрос на индивидуальный туризм растет:
 - волонтерские движения
 - ритриты с целью самопознания (йога, фитнес программы)
 - экспедиции
 - обучающие туры
 - приключенческие туры

- ✓ «Интсаграммность» путешествия:
 - около 80 процентов потенциальных гостей смотрят информацию о средстве размещения в социальных сетях перед тем, как принять решение о бронировании.

2. Тренд цифровизация

- **Big Data – большие данные это** набор специальных методов и инструментов, которые используются для хранения и обработки огромных объемов **данных** для решения конкретных задач.
 - Автоматизация решений по управлению ценами и прогнозированию спроса (электронная цена)
 - Покупка туристических услуг через интернет
 - Онлайн-карты во время поездки (54%)
 - Виртуальные путеводители
 - Чат боты
 - Голосовые помощники GoogleNow и GoogleAssistant, Siri, Microsoft Cortana, Alexa,

Тренд 3

Рост ценности подлинного:

- культура
- традиции
- природа

Тренд 4

Экологический тренд

- ✓ активное взаимодействие с местными производителями.
 - ✓ увеличивается сегмент зеленых отелей
 - ✓ рост экологической ответственности

Тренд 5

Персонализация сервиса

- ✓ гибкость и чувствительность продукта к индивидуальным потребностям клиента

Стратегические цели развития туризма в Российской Федерации:

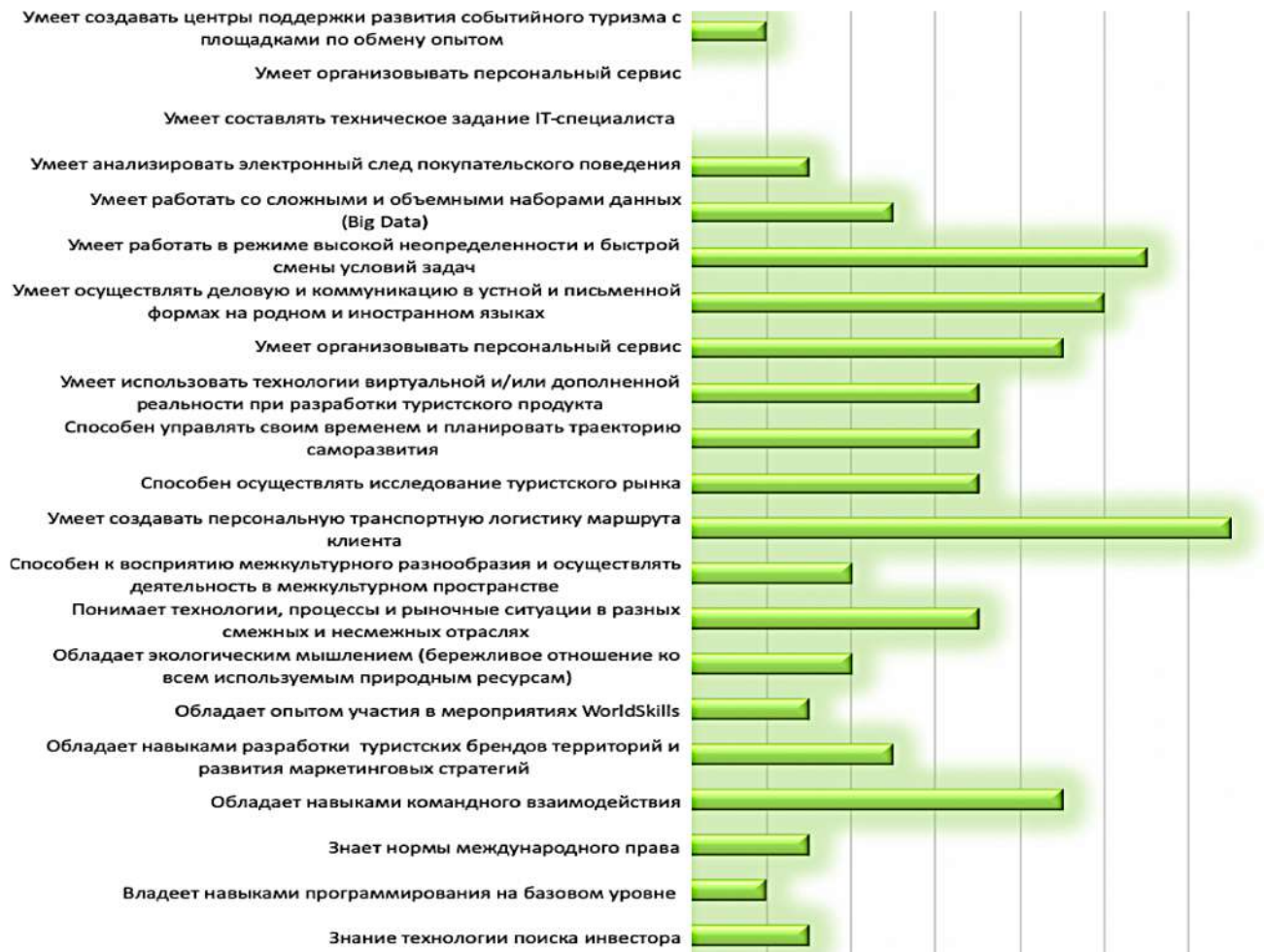
- ✓ Развитие туристско-рекреационного комплекса
- ✓ Интенсивное развитие внутреннего и въездного туризма
- ✓ Повышения конкурентоспособности на российском и зарубежных рынках отечественного туристского продукта

Приоритетные задачи:

- ✓ Формирование комфортной туристской среды
- ✓ Повышение узнаваемости регионального туристского продукта
- ✓ Продвижение регионального туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках
- ✓ повышение качества туристских услуг и уровня использования туристского потенциала
- ✓ Формировании позитивного образа городов посредством туризма
- ✓ Развитие межрегионального и международного сотрудничества

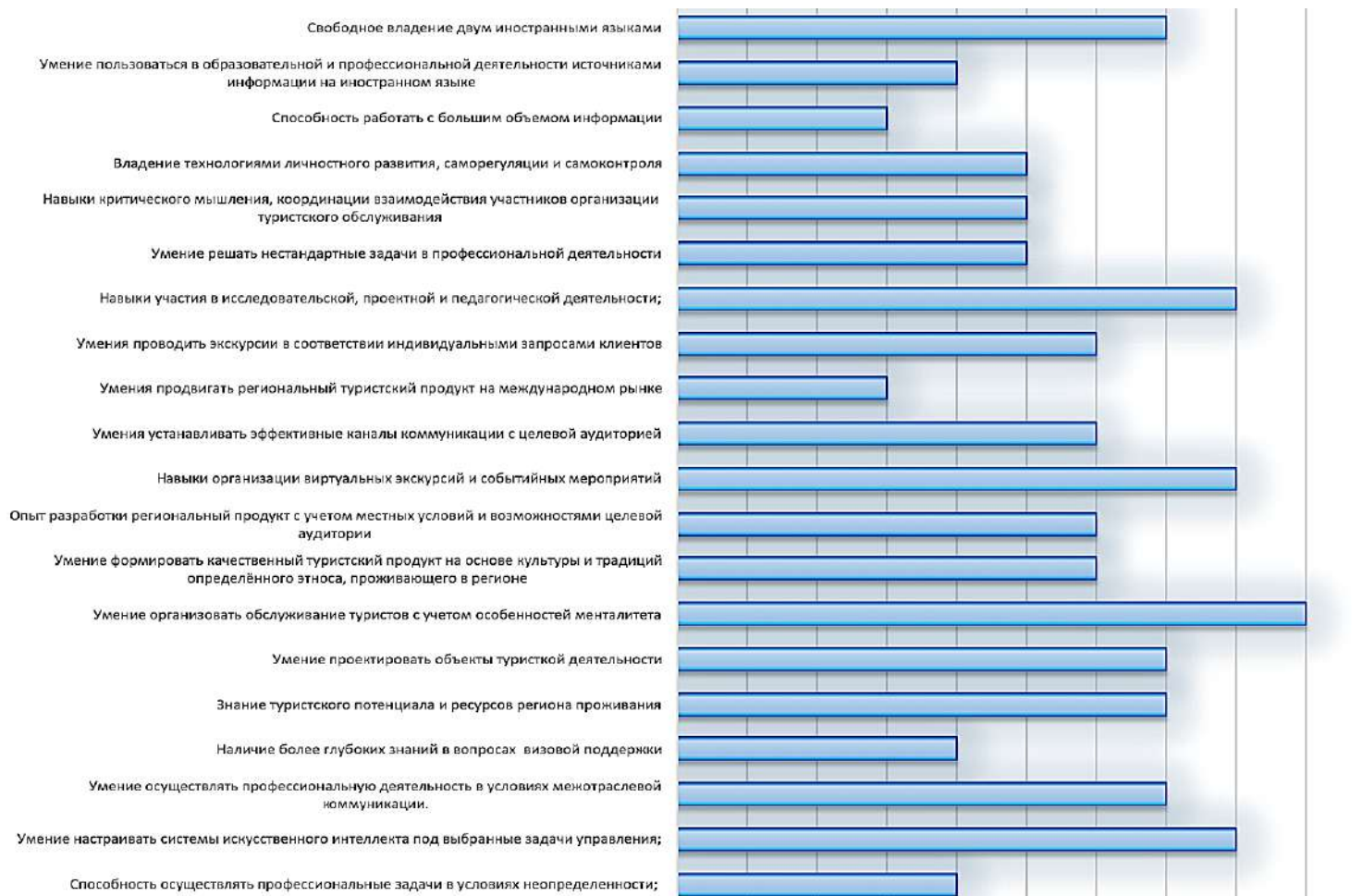
Прикладные задачи:

- ✓ обеспечение туристской индустрии квалифицированными кадрами
- ✓ цифровизация туристской отрасли
- ✓ маркетинговая поддержка регионального туристского продукта



Компетенции менеджера туристской фирмы, востребованные через 3-5 лет (мнение представителей профессиональной сферы)

По результатам исследования, проведенного в рамках сотрудничества с Межрегиональной ассоциацией экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации



*Компетенции менеджера туристской фирмы,
востребованные через 3-5 лет (мнение преподавателей,
участвующих в реализации ООП)*

По результатам исследования, проведенного в рамках сотрудничества с Межрегиональной ассоциацией экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации

Востребованные компетенциями в учетом трендами туристской индустрии:

1. Инвестиционно-управленческая компетенция.

Умение оценивать инвестиционную привлекательность территории и осуществлять поиск источников инвестирования проектов.

2. Компетенции внедрения технологий искусственного интеллекта, цифровизации бизнес-процессов.

Применение цифровых технологий и технологий искусственного интеллекта при анализе туристского рынка, изучении электронных следов потребительского поведения, при формулировании рыночной стратегии, при разработке персонализированной логистики туристского маршрута и сервиса.

3 Языковая компетенция.

Владение иностранными языками с учетом структуры въездного международного туристского потока.

4. Компетенции командного взаимодействия и коллаборации.

Умение работать в команде. Установление сотрудничества и делового взаимодействия с поставщиками услуг, туроператорами и другими субъектами регионального, международного туристского рынка.

5. Компетенции кризис-менеджмента.

Определение стратегий и разработка программ выхода предприятия из кризисной ситуации.

5. Бизнес-компетенция.

Создание стартапов; нацеленность на самостоятельное развитие бизнеса в туристской отрасли.

6. Компетенция проектирования регионального туристского продукта.

Проектирование туристского продукта на основе научных и маркетинговых исследований региональных ресурсов туристской территории с учетом потребительского спроса. Проектирование и организация событийных, деловых и выставочных мероприятий, характеризующихся туристской привлекательностью.

7. Туристско-краеведческая компетенция.

Разработка туристических маршрутов, спортивной направленности; организация походов, туристских слетов, спортивных состязаний.

8. Компетенция клиентоцентрированности и персонализированного сервиса.

Разработка туристских предложений с учетом персональных интересов и потребностей клиента.

9. Компетенция продвижения туристского продукта.

Продвижение туристского продукта в цифровом пространстве с использованием интегрированных стратегий.

10. Экологическая компетенция.

Навыки выстраивания туристской профессиональной деятельности с учетом последствий антропогенного воздействия на окружающую среду; формирование и развитие экологически значимых личностных качеств (гуманность, эмпатийность, бережливость и пр.).

11. *Компетенция стрессоустойчивости.*

Эффективное осуществление профессиональной деятельности в условиях нетипичного коммуникативного взаимодействия при наличии неблагоприятных средовых факторов, при работе с большим объемом информации.

12. *Компетенция ответственности.*

Осознание выбора профессиональных действий, принятие полученных результатов с позиции сопричастности к достигнутому.

13. *Компетенция целеустремленности.*

Способность формулировать задачу с определенными параметрами, планировать деятельность, выполнять действия согласно поставленным целям, преодолевая внутреннее и внешнее сопротивление.

14. *Компетенция поликультурности.*

Осознание многокультурности окружающего мира, умение преодолевать культурные барьеры и создавать комфортные условия для участников коммуникаций.

15. *Компетенция обучаемости и саморазвития.*

Наличие устойчивой мотивации к совершенствованию профессионального мастерства и личностному росту.

ТУРИЗМ – ПОЛИГОН ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ



! Осуществление подготовки кадров для туристской сферы в техническом вузе - это ресурсное преимущество и возможность осуществлять подготовку специалистов с учетом трендов и вызовов.

Подходы к организации образовательного процесс:

- ✓ Компетентностно-модульный
- ✓ Синергетический,
- ✓ Проектный,
- ✓ Личностно-индивидуальный
- ✓ Футуристический

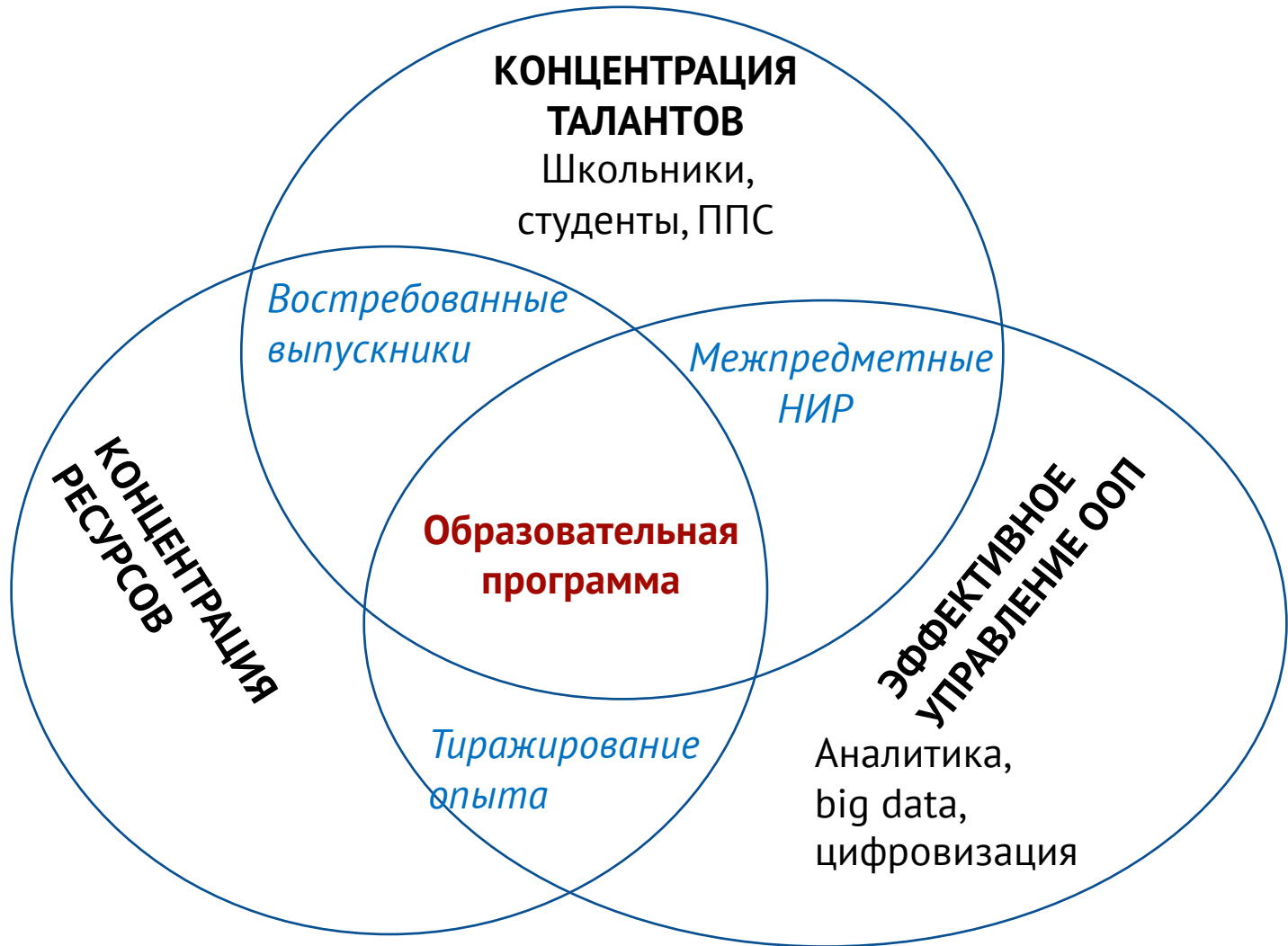
Наша роль в развитии отечественного туризма:

- ✓ создаем туристско-рекреационную систему в промышленном регионе
- ✓ развиваем сотрудничество с Республикой Казахстан
- ✓ Участвуем в разработке межрегиональных туристских маршрутов субъектов Сибирского региона
- ✓ повышаем туристскую привлекательность событийных мероприятий (повышение узнаваемости региона)
- ✓ Способствуем развитию стратегически важных региональных видов туризма

Чем мы дополняем предметную область?

- **Цифровая модель бизнеса организации локального туризма**
- **Технология разработки тура на основе анализа цифрового следа поведения потребителя**
- **Инструменты контроля качества сервиса и безопасности туристского продукта**
- **Технология подготовки специалистов, умеющих осуществить цифровизацию бизнес-процессов предприятий сферы туризма и гостеприимства**
 - ✓ передовые методы работы с клиентами,
 - ✓ новые ценностные тур.предложения
 - ✓ выход на новые уровни эффективности
 - ✓ увеличение туристского трафика в регионе
 - ✓ качественный сервис

Ключевые факторы позиций образовательного превосходства



опыт практической деятельности

научно-исследовательский опыт

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ОПЫТ

опыт участия в мероприятиях WorldSkills

опыт коллаборации

опыт волонтерской деятельности



ХАКАТОН «Цифра_тур-2021»

ОмГТУ

с участием студентов студенты направлений
ИТ- технологии, туризма, гостиничного дела.

Решение кейсов из туристского сектора
с использованием информационных технологий

Проблемные ситуации:

- анализ интереса посетителей музейных экспозиций
- гостевой маршрут для юных гостей города
- организация персонального досуга постояльцев гостиницы
- локализация автотуристского кластера





Экологическая тропа "Екатерининский бор"



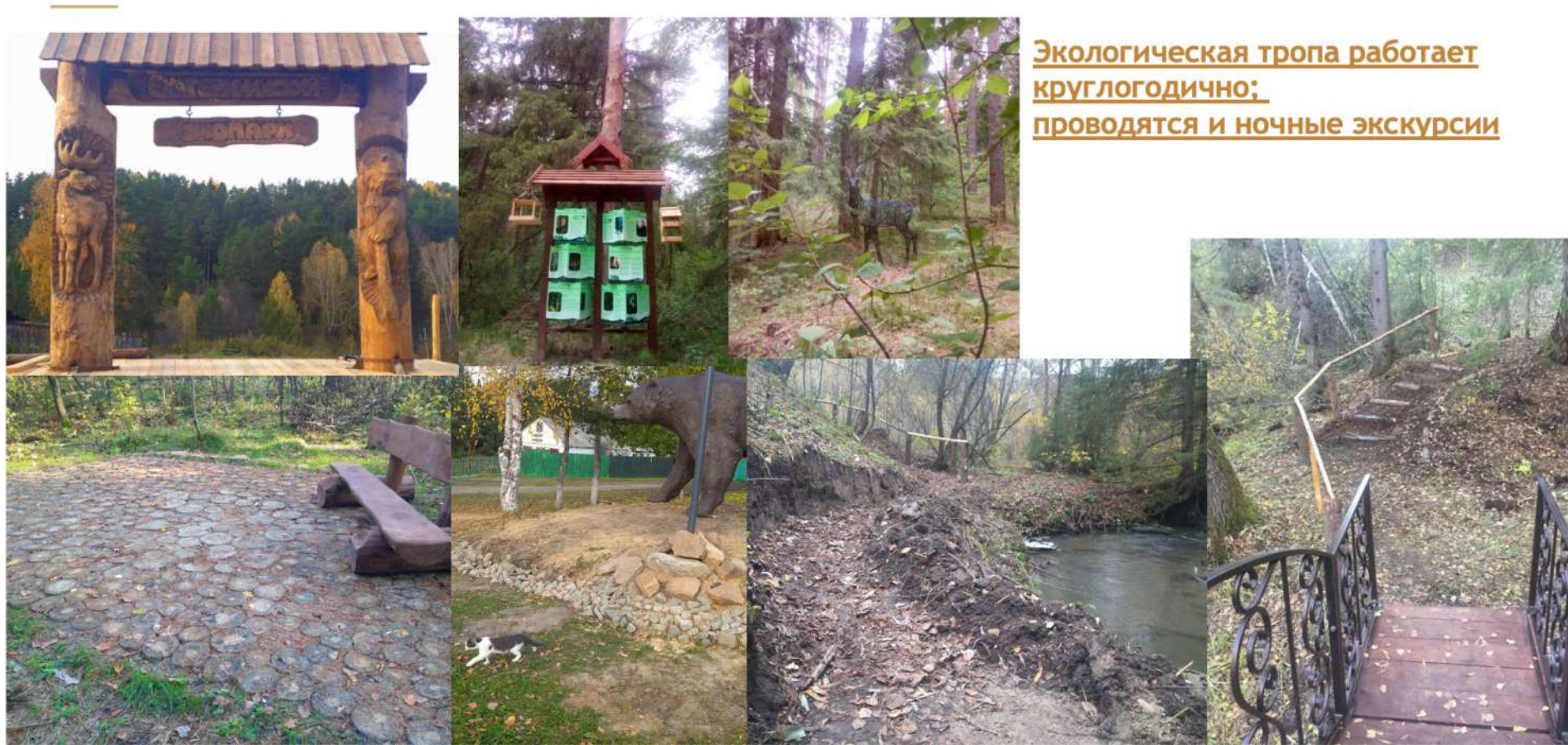
Международные молодежные сборы "Рождество в Сибири"



Промышленный тризм города Омска



ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ТРОПА «ЕКАТЕРИНИНСКИЙ БОР»



Рождество в Сибири



Развитие промышленного туризма в городе Омске

В проекте участвует 18 промышленных предприятий



Объекты показа авторской
экскурсии «Стальные опоры Омска»





Омский Государственный
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



43.03.02

ТУРИЗМ

