

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Российский государственный университет туризма и сервиса»
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)
**Федеральный ресурсный центр подготовки кадров для индустрии
туризма и гостеприимства**

УТВЕРЖДАЮ

Директор Федерального ресурсного
центра подготовки кадров для индустрии
туризма и гостеприимства


Е. И. Родионов

(подпись) (Ф.И.О.)

М.П.

«04» сентября 2023г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

ЛОКАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ И КУХНЯ КАК ИНСТРУМЕНТ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТУРИСТСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ РЕГИОНА

(название программы)

Московская область, 2023

РЕЦЕНЗИЯ
на программу профессиональной переподготовки
«Локальные продукты и кухня как инструмент повышения
конкурентоспособности туристского предложения региона»

Настоящая образовательная программа профессиональной переподготовки разработана на актуальную для будущих специалистов тему. Цель и задачи программы соответствуют приоритетным направлениям развития туризма и туристского потенциала регионов России.

Задачи, изложенные в программе достаточно обоснованы и аргументированы. Реализация поставленных задач позволит улучшить качество подготовки слушателей данной программы.

Представленная программа профессиональной переподготовки направлена на раскрытие особенностей локальных продуктов и кухни как факторов повышения конкурентоспособности туристского предложения регионов. В структуре программы выделены три учебных модуля. В рамках первого модуля «Основы гастрономии в туризме» раскрываются вводные темы, касающиеся основ туризма, понимания и содержания локальных продуктов и кухонь, раскрытия содержания гастрономической идентичности и культурного наследия территории. Значительное внимание авторы программы уделяют вопросам рассмотрения локальной кухни в качестве своеобразного драйвера, фактора социально-экономического развития любой территории, не только туристской.

Второй модуль «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона» ориентирован на формирование компетенций по формированию гастрономического туристского предложения региона, в том числе через концепции и технологии брендинга и имиджирования, разработке, продвижению и реализации гастрономических турпродуктов и отдельно взятых услуг, оценке и изучению системы органов государственного управления и регулирования в сфере туризма, гостеприимства и питания, выявлению особенностей и направлений управления в рамках предприятий питания.

Третий модуль «Практика формирования и продвижения гастрономического туристского предложения региона» предусматривает изучение практик комплексного подхода к формированию, продвижению и реализации локальных продуктов, напитков и кухонь в сфере туризма, а также практик по разработке гастрономического паспорта туристских территорий на примере Московской области. В результате изучения модуля слушатели должны представить проект гастрономического паспорта одной из туристских территорий области.

Программа профессиональной переподготовки «Локальные продукты и кухня как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предложения региона» ориентирована на работников предприятий питания (в особенности расположенных в средствах размещения туристов), сотрудников туроператорских и турагентских организаций, а также иных предприятий индустрии гостеприимства. Особый интерес программа представляет для слушателей, которые планируют организовать самостоятельный бизнес в сфере питания или гастрономического туризма.

Учитывая вышеизложенное, считаю что, программа профессиональной переподготовки «Локальные продукты и кухня как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предложения региона» актуальна и рекомендована к реализации.

**Заместитель директора по коммерческим вопросам
Филиал ПАО «Газпром» «Гостиница Империял парк отель»
«Дом приемов «Богородское»**

 **А.Н. Лапшин**



2023 г

РЕЦЕНЗИЯ
на программу профессиональной переподготовки
«Локальные продукты и кухня как инструмент повышения
конкурентоспособности туристского предложения региона»
(руководитель – Галина Александровна Жирова)

Актуальность представленной на рецензирование дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки обусловлена важностью гастрономической составляющей: локальных продуктов, блюд и напитков в формировании туристской привлекательности региона.

Целью дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки является формирование у слушателей профессиональных компетенций в сфере использования локальных продуктов и кухни регионов для повышения конкурентоспособности туристского предложения региона.

Задачи программы профессиональной переподготовки:

- 1) изучение локальных гастрономических продуктов как важной составляющей туристской привлекательности региона;
- 2) обучение теоретическим аспектам разработки стратегии формирования и продвижения гастрономического туристского предложения региона;
- 3) формирование практических навыков в сфере разработки и продвижения гастрономического туристского предложения региона.

Питание – неотъемлемая потребность и наиболее важный элемент индустрии гостеприимства, обладающий самостоятельной степенью привлекательности и значимости. В настоящее время сформировалась целая индустрия питания, а также индустрия гастротуризма, связанная с использованием, потреблением и употреблением локальных продуктов, блюд и напитков. Российская практика пока значительно отстает по темпам развития гастротуризма от соответствующих мировых трендов. Однако уже сейчас можно говорить о том, что во многих регионах складываются или уже сложились определенные локальные идентичности в части питания, национальные традиции, обычаи и обряды, связанные с элементами национальных и локальных кухонь.

Развитие индустрии питания и формирование индустрии гастротуризма требуют наличия персонала высокой квалификации – причем не только менеджеров по туризму, но и работников предприятий питания, шеф-поваров, сомелье, организаторов анимационных мероприятий и т.д. К сожалению, в нашей стране не готовят специалистов, способных разобраться во всех хитросплетениях национальных и локальных гастрономических практик. Для устранения имеющегося кадрового «голода» и разработана рецензируемая программа профессиональной переподготовки «Локальные продукты и кухня как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предложения региона».

Рецензируемая программа имеет ярко выраженную практическую направленность и включает три учебных модуля, каждый из которых образуют несколько теоретических и прикладных дисциплин.

Первый модуль «Основы гастрономии в туризме» направлен на формирование у слушателей системы знаний о туризме и индустрии гостеприимства,

ориентирует на познание понятия, содержания и особенностей локальной гастрономии как культурного наследия регионов и территорий, фактора социально-экономического развития в целом и развития гастротуризма в частности. Разработчики уделяют особое внимание особенностям гастрономического наследия России и ее отдельных территорий. Слушатели после изучения модуля приобретают знания, умения и навыки, позволяющие им сориентироваться во всем многообразии локальных продуктов, напитков и кухонь, разобраться в особенностях их туристского использования.

Второй модуль «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона» нацелен на освоение слушателями профессиональных компетенций, ориентированных на формирование комплексного гастрономического туристского предложения и соответствующих ему гастрономических брендов, продвижение и реализацию гастрономических туристских продуктов и отдельных услуг, локальных продуктов, напитков и кухонь. Особое внимание уделено вопросам государственного управления в сфере питания и гастрономического туризма, особенностям и направлениям внутрифирменного и организационного менеджмента.

Третий модуль «Практика формирования и продвижения гастрономического туристского предложения региона» предусматривает, что слушатели под руководством преподавателей и под контролем со стороны руководителя программы осваивают практики комплексного подхода к формированию, продвижению и реализации локальных продуктов, напитков и кухонь, разработке гастрономического паспорта Московской области. Слушатели после освоения программы представляют проект гастрономического паспорта территорий Московской области.

Программа профессиональной переподготовки «Локальные продукты и кухня как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предложения региона» рассчитана на персонал предприятий питания и гостиниц, менеджеров по туризму, профильные органы местного самоуправления. Программа формирует профессиональные компетенции, знания, умения и навыки, достаточные в том числе для тех, кто решил построить карьеру в индустрии гостеприимства.

Рецензент:

директор высшей школы сервиса
ФГБОУ ВО «РГУТИС



Л.В. Сумзина

1. Аннотация программы

1.1. Цель освоения программы – совершенствование и формирование новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере повышения конкурентоспособности туристского предложения региона на базе локальных продуктов и кухни.

1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение: к освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

1.3. Срок обучения: 254 академических часа.

1.4. Форма обучения: очная с элементами дистанционных образовательных технологий.

1.5. Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации.

Выпускник готовится к приобретению нового вида профессиональной деятельности в сфере в сфере повышения конкурентоспособности туристского предложения региона на базе локальных продуктов и кухни.

Уровень квалификации (в соответствии с Уровнями квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов, утвержденных приказом Минтруда России от 12 апреля 2013 года № 148н) – 6.

Объектами профессиональной деятельности выпускника, освоившего программу профессиональной переподготовки, гостиницы и рестораны, где необходимо применять локальные продукты в меню для повышения конкурентоспособности туристского предложения соответствующих объектов и региона.

1.6. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы

Шифр компетенции	Содержание компетенции	Основание
УК-3.ГД	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело; – Протокол заседания экспертного совета по программам дополнительного образования с участием работодателей от 15.08.2023 г. № 1
ОПК-2.ГД	Способен обеспечивать выполнение основных функций	– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образо-

	управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	вания – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело; – Протокол заседания экспертного совета по программам дополнительного образования с участием работодателей от 15.08.2023 г. № 1
ОПК-4.Т	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм; – Протокол заседания экспертного совета по программам дополнительного образования с участием работодателей от 15.08.2023 г. № 1

1.7. Планируемые результаты освоения программы

Вид деятельности	Компетенции	Знания	Умения	Практический опыт
Повышение конкурентоспособности туристского предложения региона на базе локальных продуктов и кухни.	УК-3.ГД Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	знать теоретические основы подготовки презентации результатов командной работы	уметь подготавливать презентацию результатов командной работы	<ul style="list-style-type: none"> – владеть навыками командной презентации результатов разработки документов для ресторанов; – владеть навыками командной работы по представлению результатов итогового практикоориентированного проекта гастрономического паспорта Московской области; – владеть навыками использования информации, полученной при работе в команде, для последующего использования локальных продуктов в меню ресторана
	ОПК-2. ГД Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественно-го питания	<ul style="list-style-type: none"> – знать теоретические основы работы предприятий общественного питания по взаимодействию с поставщиками и производителями локальных продуктов, включая профильное законодательство; – знать документы по работе предприятий общественного питания в Российской Федерации и Московской области; – иметь представления об организации сферы туризма Московской области; – знать базовые методы и приемы анализа и моделирования, 	<ul style="list-style-type: none"> – уметь проводить покомпонентный и комплексный стратегический анализ и оценку предпосылок и факторов успеха развития предприятий общественного питания и использование локальных продуктов в меню; – уметь использовать основные методы и приемы анализа и моделирования, применяемые в рамках введения в меню предприятий общественного питания локальных продуктов; – уметь планировать и организовывать работу команды в рамках разработки документов для пред- 	<ul style="list-style-type: none"> – владеть навыками работы с источниками информации для целей их использования в формате развития взаимодействия предприятий общественного питания и производителей локальных продуктов

		<p>применяемые в рамках использования и продвижения локальных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – знать основы работы с заинтересованными сторонами развития и продвижения локальных продуктов; – знать основы планирования, организации и контроля работы команды для достижения поставленной цели проектирования; – знать структуру и формы управления рестораном 	<p>приятий общественного питания в формате применения локальных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уметь разрабатывать содержание документов необходимых для предприятий общественного питания в формате применения локальных продуктов; – уметь планировать мероприятия по реализации локальных продуктов на предприятиях общественного питания регионов 	
	<p>ОПК-4.Т. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> – знать технологии формирования и продвижения гастрономических туристских продуктов и услуг. для рынка внутреннего и въездного туризма; – знать технологии разработки и продвижения и реализации гастрономических туристских продуктов, услуг событий; – знать технологию организации питания туристов в рамках самостоятельно организованного туризма; – знать основные технологии брендинга гастрономических территорий, локальных продуктов 	<ul style="list-style-type: none"> – уметь осуществлять мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов в формате применения локальных продуктов; – уметь определять условия и факторы развития гастрономического туризма в Московской области; – уметь выявлять заинтересованных лиц в создании и реализации комплексного и конкурентоспособного гастрономического туристского предложения (туристских продуктов) 	<ul style="list-style-type: none"> – владеть навыками оценки потребительских предпочтений для целей формирования, продвижения и реализации конкурентоспособных гастрономических локальных продуктов; – владеть навыками организации обслуживания различных категорий потребителей, выявления и урегулирования конфликтов; – владеть навыками проведения исследований рынка, оценки потребительских предпочтений для целей формирования, продвижения и реализации конкурентоспособных туристских продуктов

2. Учебный план

№ п/п	Перечень разделов (модулей), дисциплин	Трудоемкость, час	Контактная работа, час.			СРС, час	Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен)
			Лекции	Практические занятия	Практическая подготовка		
1	2	3	5	6	7	8	9
1.	Модуль 1 «Основы гастрономии в туризме и гостеприимстве»	84	18	18	4	44	зачет
1.1.	Введение в туризм и гостеприимство	16	6	4	-	6	-
1.2.	Локальные продукты питания и напитки: понятие и правовые основы	20	4	4	-	12	-
1.3.	Локальная кухня как инструмент социально-экономического развития территории	24	4	6	-	14	-
1.4.	Гастрономическая идентичность и кулинарное наследие территории	24	4	4	4	12	-
2.	Модуль 2 «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона»	84	16	20	4	44	зачет
2.1.	Предпосылки формирования гастрономического туристского предложения региона, факторы и тренды	18	4	4	4	6	-
2.2.	Управление предприятием питания в рамках формирования гастрономического туристского предложения региона	24	2	6	-	16	-
2.3.	Взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти в рамках формирования гастрономического туристского предложения региона	22	4	2	-	16	-
2.4.	Разработка, продвижение и реализация гастрономических продуктов и услуг для туристов	20	6	8	-	6	-
3.	Модуль 3 «Практика формирования и продвижения	84	-	30	10	44	

	гастрономического туристического предложения региона»						зачет
3.1.	Практики комплексного подхода к отбору, продвижению и реализации локальных продуктов питания и напитков в туризме	38	-	16	-	22	-
3.2.	Практика по разработке гастрономического паспорта Московской области	46	-	14	10	22	-
Итоговая аттестация		2	<i>экзамен</i>				
Итого		254	34	68	18	132	-

3. Календарный учебный график

УЗ – учебные занятия

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий

ПА – промежуточная аттестация

СРС – самостоятельная работа слушателей

ИА – итоговая аттестация

Период обучения – 95 дней			
1 месяц	1 месяц	1 месяц	4 дня
УЗ, УЗ ДОТ, СРС, ПА	УЗ, УЗ ДОТ, СРС, ПА	УЗ, УЗ ДОТ, СРС, ПА,	ИА

4. Рабочие программы

МОДУЛЬ 1. «ОСНОВЫ ГАСТРОНОМИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ»

Дисциплина 1.1. Введение в туризм и гостеприимство

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) туризм и гостеприимство: понятийные рамки, роль и функции;
- 2) индустрия туризма и гостеприимства;
- 3) основы нормативно-правового регулирования общественного питания;
- 4) инфраструктура общественного питания;
- 5) понятие, современное состояние и тренды в гастрономическом туризме;
- 6) основные туристские направления Московской области.

Дисциплина 1.2. Локальные продукты питания и напитки: понятие и правовые основы

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) понятие и основные группы локальных продуктов питания;
- 2) правовые основы защиты локальных продуктов и напитков.

Дисциплина 1.3. Локальная кухня как инструмент социально-экономического развития территории

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) понятие, устройство и типология туристской гастрономии территории;
- 2) ресурсы и условия гастрономии территории;
- 3) анализ современной системы общественного питания территории;
- 4) кухня как инструмент культурной идентификации территорий и населения: малые города, сельские поселения, терруары, гастрорегионы;
- 5) актуальные гастро-туристские концепции: локаворство, медленная еда, полезное питание, органические продукты и др.;
- 6) формирование системы уличной еды территорий в туризме.

Дисциплина 1.4. Гастрономическая идентичность и кулинарное наследие территории

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) кухня как отражение этапов эволюции общества: технологии, культура потребления, изменение вкусовых приоритетов;
- 2) национальная кухня Российской Федерации, русская кухня, кухни народов России и взаимовлияние кулинарных культур;
- 3) локальная гастрономия территории: понятие, возникновение, эволюция, факторы формирования и направления современного развития;
- 4) историческое кулинарное наследие территории, уникальные особенности и культурные коды;
- 5) анализ исторической локальной кухни: продукты и блюда, тип и характер пищи, обычаи подачи блюд, экспорт за пределы региона;
- 6) этнотуризм как составляющая гастрономического туризма.

МОДУЛЬ 2. «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона»

Дисциплина 2.1. Предпосылки формирования гастрономического туристского предложения региона, факторы и тренды

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) гастрономические туристские бренды: сущность, структуры и технологии формирования;
- 2) каналы и технологии продвижения локальных продуктов и региональной кухни;
- 3) маркетинговые инструменты;
- 4) гастрономические сувениры – идеология создания и инструмент продвижения территории;
- 5) капитализация гастрономических брендов территории;
- 6) основные тренды и проблемы развития гастрономического туризма.

Дисциплина 2.2. Управление предприятием питания в рамках формирования гастрономического туристского предложения региона

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) структуры и формы управления рестораном;
- 2) комплексный клиентоцентричный подход к организации работы персонала.

Дисциплина 2.3. Взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти в рамках формирования гастрономического туристского предложения региона

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) система государственного и муниципального управления сферой туризма и гостеприимства;
- 2) государственно-частное и муниципально-частное партнерство;
- 3) поддержка субъектов предпринимательства в сфере гастрономического туристского предложения территории.

Дисциплина 2.4. Разработка, продвижение и реализация гастрономических продуктов и услуг для туристов

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) формирование гастрономических туристских продуктов и услуг;
- 2) продвижение гастрономических туристских продуктов и услуг для рынка внутреннего и въездного туризма;
- 3) технологии разработки и продвижения гастрономических событий;
- 4) реализация гастрономических туристских продуктов, услуг и событий;
- 5) взаимодействие с туроператорами по продвижению и реализации гастрономических продуктов и услуг в рамках туристского продукта;
- 6) организация питания туристов в рамках самостоятельно организованного туризма.

МОДУЛЬ 3. «Практика формирования и продвижения гастрономического туристического предложения региона»

Дисциплина 3.1. Практики комплексного подхода к отбору, продвижению и реализации локальных продуктов питания и напитков в туризме

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) практики комплексного подхода к отбору локальных продуктов питания и напитков в туризме;
- 2) практики комплексного подхода к продвижению локальных продуктов питания и напитков в туризме;
- 3) практики комплексного подхода к реализации локальных продуктов питания и напитков в туризме;
- 4) практики комплексного взаимодействия с шеф-поварами.

Дисциплина 3.2. Практика по разработке гастрономического паспорта Московской области

Темы, раскрывающие содержание дисциплины:

- 1) предпосылки конкурентоспособного гастрономического предложения региона для туристов;
- 2) миссия региональной кухни;
- 3) заинтересованные стороны (стейкхолдеры) создания и реализации конкурентоспособного гастрономического предложения региона для туристов;
- 4) инвентаризация продуктов. Топ-10;
- 5) инвентаризация блюд. Топ-10;
- 6) портрет туриста;
- 7) ценностное предложение региона;
- 8) концепции меню с локальными продуктами и блюдами;
- 9) формы реализации региональной гастрономии в сфере туризма;
- 10) шеф-повар как имиджевая составляющая гастрономического предложения региона для туристов;
- 11) сувенирная продукция. Топ-10.

5. Формы аттестации и оценочные материалы

МОДУЛЬ 1. «Основы гастрономии в туризме и гостеприимстве»

Форма промежуточной аттестации – зачет (тестирование). Зачет охватывает проверку освоения компетенции ОПК-4.Т (Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта).

Тест состоит из 15-20 вопросов, составленных на базе материалов дисциплин модуля образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

МОДУЛЬ 2. «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона»

Форма промежуточной аттестации – зачет (тестирование). Зачет охватывает проверку освоения компетенции ОПК-2.ГД (Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания), ОПК-4.Т (Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта).

Тест состоит из 15-20 вопросов, составленных на базе материалов дисциплин модуля образовательной программы. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

МОДУЛЬ 3. Практика формирования и продвижения гастрономического туристического предложения региона

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Зачет охватывает проверку освоения компетенций УК-3.ГД (Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде) и ОПК-2.ГД (Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания), ОПК-4.Т (Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта).

Промежуточная аттестация проводится в форме представления практико-ориентированного проекта гастрономического паспорта Московской области. Результаты выполнения работы по проекту должны быть оформлены в форме презентации, включающей от 14-20 слайдов, содержащей следующие структурные блоки:

- предпосылки конкурентоспособного гастрономического предложения региона для туристов;
- миссия региональной кухни;
- заинтересованные стороны (стейкхолдеры) создания и реализации конкурентоспособного гастрономического предложения региона для туристов;
- инвентаризация продуктов. Топ-10;
- инвентаризация блюд. Топ-10;
- портрет туриста;
- ценностное предложение региона;
- концепции меню с локальными продуктами и блюдами;
- формы реализации региональной гастрономии в сфере туризма;
- шеф-повар как имиджевая составляющая гастрономического предложения региона для туристов;
- сувенирная продукция. Топ-10.

Каждый раздел должен раскрываться на 1-3 слайдах, содержащих как текстовую, так и графическую информацию, а также должны быть оформлены титульный слайд и слайд с основными выводами и предложениями по ис-

пользованию локальных продуктов и кухни в качестве инструментов повышения конкурентоспособности туристского предложения Московской области. Задание можно выполнять как индивидуально, так и в группе, размером до пяти человек. Презентация сдается в электронной форме.

Оценка проводится по критериям, представленным ниже в таблице. Промежуточная аттестация считается сданной (оценка «зачтено») при получении за защиту проекта 26 и более баллов.

Критерий	Максимум баллов	Оценка
Содержательная полнота	5	
Качество содержания	20	
Качество оформления презентации	5	
Качество выступления	5	
Качество ответов на вопросы	5	
Практическая ценность результатов	5	
Общие впечатления	5	

ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Форма итоговой аттестации – экзамен, включающий в себя тестирование и решение типовых проблемных ситуаций, задач из профессиональной деятельности. Экзамен охватывает все компетенции, подлежащие совершенствованию, и (или) новые компетенции, сформированные в результате освоения программы.

Тест состоит из 20-25 вопросов, составленных на базе материалов всех модулей образовательной программы. Тест считается сданным, если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные вопросы.

Проблемная ситуация из профессиональной деятельности считается решенной, если слушатель правильно выбрал и представил стратегию профессиональных действий в предложенной проблемной ситуации. Задача из профессиональной деятельности считается решенной, если слушатель корректно выстроил алгоритм и представил ее решение, без существенных замечаний.

Итоговая аттестация пройдена (получена оценка «зачтено»), если слушатель сдал тестирование и решил проблемную ситуацию / задачу из профессиональной деятельности.

Примеры тестовых вопросов:

1. Терруар – это:

А. Уникальная территория, на которой производятся сельскохозяйственные продукты и создаются другие культурные ценности, связанные с географией, климатом, почвой, традициями и местными производственными методами.

Б. Область, район, территорию, часть страны, отличающиеся совокупностью естественных или исторически сложившихся экономико-географических условий и национального состава населения.

- В. Географические области, известные своей уникальной кулинарной культурой, традициями приготовления блюд и использованием местных продуктов.
2. *Гастро-туристская концепция, которая подчеркивает важность потребления местных продуктов и блюд во время путешествий называется:*
- А. Медленной едой.
 - Б. Локаворством.
 - В. ЗОЖ.
3. *Как защитить интеллектуальную собственность?*
- А. Зафиксировать право следующими способами – отправить самому себе посылку, добровольно зарегистрировать в Российском Авторском Обществе и др.
 - Б. Обратиться в суд и отстоять свои права.
 - В. Объявить коммерческой тайной внутри предприятия.
4. *Выберите правильное определение понятия «туристский гастрономический бренд».*
- А. Устойчивый комплекс ассоциаций, формирующихся в сознании потребителя при упоминании названий организации, продукта, локации.
 - Б. Перечень ресторанов и кафе, которые используют локальные продукты.
 - В. Список туристских локаций региона с указанием их координат.
5. *Что из перечисленного НЕ является эффективным каналом продвижения в гастрономическом туризме (редко используется)?*
- А. Сайт и мобильное приложение.
 - Б. Блоги и видео контент.
 - В. E-mail маркетинг.
 - Г. Рейтинги и отзывы.
 - Д. Социальные сети.
 - Е. Личные письма.
6. *В чем заключается клиентоцентричный подход к организации работы персонала предприятия общественного питания?*
- А. Подход, в котором клиент может диктовать свои правила работы предприятия, а сотрудники обязаны выполнять все требования.
 - Б. Подход, основанный на выявлении и изучении потребностей клиента, постоянном улучшении взаимодействия руководства ресторана с клиентом для удовлетворения его потребностей с намерением превзойти его ожидания.
 - В. Подход, при котором руководство предприятием прописывает жесткие правила для клиентов и требует четкого выполнения данных правил.
7. *Какие меры государственной поддержки полезны для развития гастрономического туризма?*
- А. Организационно-правовые меры поддержки.
 - Б. Финансовая поддержка: кредиты на льготных условиях, государственные микрозаймы, отсрочка по кредитам.
 - В. Налоговая поддержка.
 - Г. Предоставление субсидий по государственным программам.

- Д. Все вышеперечисленное.
8. Выберите устойчивую собирательную категорию кухонь, распространенную на территории России, с набором характерных кулинарных техник и наименований блюд:
- А. Кухни народов России.
 - Б. Национальные кухни России.
 - В. Этнокухни России.
9. Какой гастрономический бренд из перечисленных относится к Московской области:
- А. Серпец.
 - Б. Чак-Чак.
 - В. сыры с сыроварни Deutches Haus.
10. Туристский центр Московской области, в пределах которого отдельные предприятия активно продвигают и реализуют туристам блюда, являющиеся гастрономическими брендами.
- А. Коломна.
 - Б. Владимир.
 - В. Калининград.
 - Г. Королев.

Пример проблемной ситуации из профессиональной деятельности:

На примере уже существующего или разрабатываемого вами гастрономического продукта (блюда) представьте в развернутом виде набор действий по его продвижению для выбранной вами целевой аудитории туристов с целью повышения конкурентоспособности. Дополнительно обоснованно определите перечень и примерный объем затрат на данное мероприятие.

Пример задачи из профессиональной деятельности:

Составьте ТОП-5 локальных гастрономических продуктов Московской области с позиций развития на их базе туризма, с обоснованием включения каждого из продуктов в данный список. Для каждого из продуктов обоснованно укажите ключевые целевые аудитории туристов.

6. Организационно-педагогические условия реализации

6.1. Материально-технические условия

Материально-технические условия программы формируют среду, обеспечивающую освоение обучающимися образовательной программы.

Вид учебного занятия	Материально-технические условия
Дистанционные занятия	Доступ педагогических работников и обучающихся к цифровой платформе обучения на основе Moodle, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном,

	аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, веб-камерой, микрофоном, офисным программным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий и проведения онлайн-занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор
Лекционные аудиторные занятия	Учебная аудитория с мебелью, рассчитанная на соответствующее число слушателей, ноутбук с операционной системой, видеопроекционное оборудование, аудиоаппаратура, доска, интерактивная панель / мультимедийная доска, видеокамера или PTZ камера, доступ в сеть Интернет, браузер, программа для работы с pdf-документами
Лекционные аудиторные занятия	Учебная аудитория с мебелью, рассчитанная на соответствующее число слушателей, мультимедийный комплекс, доступ в сеть Интернет.
Практические аудиторные занятия	Учебная аудитория с мебелью, рассчитанная на соответствующее число слушателей, ноутбук с операционной системой, видеопроекционное оборудование, аудиоаппаратура, доска, интерактивная панель / мультимедийная доска, флипчарт, видеокамера или PTZ камера, доступ в сеть Интернет, браузер, офисный программный пакет, программа для работы с pdf-документами
Практические аудиторные занятия (компьютерный класс)	Учебная аудитория с автоматизированными рабочими местами для слушателей, рассчитанная на соответствующее число слушателей, видеопроекционное оборудование, аудиоаппаратура, доска, интерактивная панель / мультимедийная доска, флипчарт, видеокамера или PTZ камера, доступ в сеть Интернет, браузер, офисный программный пакет, программа для работы с pdf-документами.
Самостоятельная работа слушателей	Помещение для самостоятельной работы, оборудованное учебной мебелью и доской, рабочие места слушателей с возможностью выхода в Интернет помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета. При удаленной работе: доступ к цифровой платформе обучения на основе Moodle, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор
Практическая подготовка (выездные занятия)	Практическая подготовка проводится в ресторанном холдинге Maison DELLOS, а именно в ресторанах Турандот, Шануар, кафе Пушкин по адресу Москва, Тверской бульвар д.26, по темам «Локальная кухня, как инструмент социально-экономического развития территории», «Гастрономическая идентичность и кулинарное наследие территории» с целью

	<p>совершенствования и формирования, закрепления, развития практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы, – «УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде», «ОПК-2.ГД Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания», «ОПК-4.Т Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта» в объеме 24 часов. Используется материально-техническая база организации.</p> <p>Помещение с мебелью, рассчитанное на соответствующее число слушателей, ноутбук с операционной системой, видеопроекторное оборудование, аудиоаппаратура, доска, флипборд, доступ в сеть Интернет, браузер, офисный программный пакет, программа для работы с pdf-документами</p>
--	---

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число методических материалов программы включены: рабочая тетрадь по каждому учебному модулю, содержащая учебные материалы для самостоятельной работы слушателей, список рекомендуемой литературы и перечень информационных источников.

Рабочие тетради для самостоятельной работы слушателей (являются неотъемлемой частью дополнительной профессиональной программы):

- модуль 1 «Основы гастрономии в туризме и гостеприимстве»;
- модуль 2 «Формирование и продвижение гастрономического туристского предложения региона»
- модуль 3 «Практика формирования и продвижения гастрономического туристического предложения региона».

Список рекомендуемой литературы:

1. Александрова М. С. Концептуальная модель построения гастрономического бренда туристских территорий / М. С. Александрова. // Псковский регионологический журнал. – 2023. – Т. 19. – № 1. – С. 18-30.
2. Алексенко А. А. История русской кухни: особенности культуры питания в эпоху Петра Первого / А. А. Алексенко, Д. А. Мальченко, Т. А. Голуенко. // Ползуновский альманах, 2022. – № 2-2. – С. 9-11.
3. Атаева А. У. Концепция инновационного предприятия общественного питания формата «Полезное Питание» / А. У. Атаева. // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания: сборник научных статей 3-й Международной научно-практической конференции. – Курск: ЮЗГУ, 2021.

4. Ван Ц. Развитие императорской кухни как элитарной части гастрономической культуры Китая / Ц. Ван. // Общество: философия, история, культура, 2021. – № 12. – С. 196-200.

5. Горошко Н. В. Ресторанная индустрия как инструмент продвижения регионального гастрономического туризма в Новосибирской области / Н. В. Горошко, С. В. Пацала. // Экономика. Информатика, 2023. – Т. 50. – № 1. – С. 79-93.

6. Даутова Г. Ф. Инновации в сфере общественного питания как фактор устойчивого развития территории / Г. Ф. Даутова, П. А. Иванов. // Проблемы функционирования и развития территориальных социально-экономических систем: Материалы XIII Международной научно-практической интернет-конференции. – Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2019.

7. Джум Т. А. Анализ развития общественного питания на курортных территориях Краснодарского края / Т. А. Джум, Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова. // Сервис в России и за рубежом, 2018. – Т. 12. – № 2. – С. 90-100.

8. Колесникова А. Е. Территориальные особенности развития рынка общественного питания Калининградской области как эксклавной территории / А. Е. Колесникова. // Регион сотрудничества, 2009. – № 2. – С. 59-63.

9. Кузнецова А. А. Перспективы внедрения принципов локаворства в систему организации работы ресторанов / А. А. Кузнецова, А. Д. Головачев, А. А. Курочкина // Научный альманах, 2022. – № 5-1. – С. 29-37.

10. Кучумов А. В. «Медленный» гастрономический туризм как направление реализации принципов устойчивого развития / А. В. Кучумов, Е. В. Печерица, М. В. Волошинова. // Проблемы современной экономики, 2023. – № 2. – С. 187-190.

11. Кущева Н. Б. Медленная еда – перспективное направление в современном ресторане / Н. Б. Кущева. // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: сборник трудов. – СПб: СПбГУ, 2016.

12. Оборин М. С. Структура и экономические особенности развития инфраструктуры торговли и общественного питания санаторно-курортного комплекса / М. С. Оборин. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент, 2014. – Т. 8. – № 4. – С. 121-127.

13. Тимофеев В. Е. Рынок органических продуктов: тенденции, проблемы и перспективы / В. Е. Тимофеев. // XXXIV Международные Плехановские чтения: Сборник статей студентов. Т. 3. – М.: РЭА, 2021.

14. Узуев А. Б. Национальная кухня – составная часть культуры в современных условиях / А. Б. Узуев, А. Т. Сугаипов. // Молодежь в науке: Новые аргументы: Сборник научных работ I-го Международного конкурса. Часть IV. – Липецк: Научное партнерство «Аргумент», 2014.

15. Филиппова Т. Кухня как часть культуры / Т. Филиппова // Библиотечное дело, 2021. – № 21. – С. 1-2.

16. Хобарков Д. Д. Повышение туристской привлекательности региона посредством использования гастрономических брендов / Д. Д. Хобарков, Ц. Ван, Я. А. Зверькова // Устойчивое развитие технологии сервиса: теория и

практика: материалы XII Международной студенческой научно-практической конференции. – Улан-Удэ: ВСГУТУ, 2023. – С. 151-168.

17. Чеснокова О. С. Мексика: национальная кухня и диалог культур / О. С. Чеснокова. // Россия и Восток: взгляд из Сибири в начале тысячелетия: Материалы и тезисы докладов к международной научно-практической конференции. – Иркутск: Издательство Оттиск, 2002.

6.3. Кадровые условия

Кадровое обеспечение программы формируется из числа научных сотрудников и профессорско-преподавательского состава Федерального ресурсного центра подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства.

№	Фамилия, имя, отчество (при наличии) педагогического работника	Занимаемая должность (должности), место работы	Преподаваемые учебные предметы, курсы, дисциплины (модули)	Уровень (уровни) профессионального образования	Наименование направления подготовки и (или) специальности педагогического работника в том числе научной	Квалификация	Учёная степень (при наличии)	Учёное звание (при наличии)	Награды, международные почетные звания или премии.	Сведения о повышении квалификации (за последние 3 года) и сведения о профессиональной переподготовке (при наличии)	Общий стаж работы	Стаж работы по специальности (сведения о продолжительности опыта (лет) работы в профессиональной сфере, соответствующей образовательной деятельности по реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей))
1.	Саранча Михаил Александрович	Заместитель директора ФРЦ, профессор ВШТИГ ФГБОУ ВО «РГУ-ТИС»	Введение в туризм и гостеприимство	Высшее образование - специалитет, магистратура	География, Гостиничное дело	географ, преподаватель. Магистр	Доктор географических наук	Доцент	-	Удостоверение о ПК по программе «Стандартизация, классификация и сертификация в сфере туризма» от 29.11.21 №1473-МН/21, Удостоверение о ПК по программе «Создание Электронного учебного пособия в LMS	20	17

										Moodle» от 15.01.2021 рег. №02417т, Удостоверение о ПК по программе «Управление развитием образовательной организации» от 15.01.2021 рег. № 02342п		
2.	Кусков Алексей Сергеевич	Специалист по УМР, ФГБОУ ВО «РГУ-ТИС»	Основы нормативно-правового регулирования общественного питания; Инфраструктура общественного питания; Понятие, современное состояние и	Высшее образование – специалитет, магистратура	География; Юриспруденция	Географ. Преподаватель по специальности география Юрист Магистр юриспруденции	Кандидат культуры	Доцент	Нет	Повышение квалификации по программе «Стандартизация, классификация и сертификация в сфере туризма» (72 часа), РГУТИС, 2021 г.; повышение квалификации по программе «Аналитическое обеспечение страте-	28 лет	26 лет

			тренды в гастрономическом туризме							гического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях» (72 часа), РГУТИС, 2022 г.		
3.	Григорьева Ольга Викторовна	Руководитель юридического департамента	Правовые основы защиты национальных и локальных продуктов и напитков (охрана географических обозначений: наименование места происхождения товара, географиче-	Высшее образование - специалитет	Правоведение	Юрист					26 лет	15 лет

			ские указания, защищенные географические указания). Система защиты географических наименований и гарантии традиционных особенностей: лучшие практики.									
4.	Зубатов Денис Андреевич	Операционный директор направления Рестораны	– Понятие, устройство и типология туристской гастрономии территории. – Ресурсы и	Высшее образование - специалитет	Водное хозяйство и мелиорация	инженер по водному хозяйству и мелиорации					28 лет	20 лет

			<p>условия гастрономии территории.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анализ современной системы общественного питания территории; – Кухня как инструмент культурной идентификации территорий и населения: малые города, сельские поселения, терруары, гастрорегионы. 										
5.	Бабура Юрий Николае-	Исполнительный ди-	– Актуальные гастро-	Высшее образование - спе-	Финансы и кредит	экономист						18 лет	9 лет

	вич	ректор направления сеть кафе МуМу	туристские концепции: локаворство, медленная еда, полезное питание, органические продукты и др. – Формирование системы уличной еды территорий в туризме.	циалитет									
6.	Пискунов Владислав Владимирович	Креативный шеф-повар ресторана Матрешка	– Кухня как отражение этапов эволюции общества: технологии, культура потребления, изменение вкусовых приоритетов	Высшее образование - специалитет	металлорежущие станки и инструменты	инженр-механик						27 лет	10 лет

			<p>тетов. – Национальная кухня Российской Федерации, русская кухня, кухни народов России и взаимодействие кулинарных культур. – Локальная гастрономия территории: понятие, возникновение, эволюция, факторы формирования и направления современного развития.</p>									
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>– Историческое кулинарное наследие территории, уникальные особенности и культурные коды.</p> <p>– Анализ исторической локальной кухни: продукты и блюда, тип и характер пищи, обычаи подачи блюд, экспорт за пределы региона.</p>									
7.	Аксеновский Сергей Александрович	Креативный шеф сомелье холдинга	– Экотуризм как составляющая гастрономиче-	Высшее, бакалавриат, магистратура	география	бакалавр географии, ма-					23 года	8 лет

		Maison Dellos	ского туризма.			гистр географии							
8.	Возжова Жанна Евгеньевна	Директор по продажам и маркетингу Maison Dellos	– Гастрономические туристские бренды: сущность, структуры и технологии формирования. – Каналы и технологии продвижения локальных продуктов и региональной кухни. – Маркетинговые инструменты. – Гастрономические	Высшее, специалист	Социально-культурный сервис и туризм	Специалист по сервису и туризму						22 года	7 лет

			сувениры – идеология создания и инструмент продвижение территории. – Капитализация гастрономических брендов территории. – Основные тренды и проблемы развития гастрономического туризма.									
9.	Жирова Галина Александровна	Руководитель Корпоративного университета холдинга Maison	– Практики комплексного подхода к отбору локальных	Высшее, специалист	Педагогика и психология (дошкольная)	методист по дошкольному воспитанию, практиче-					22 года	18 лет

		Dellos	продуктов питания и напитков в туризме. – Технологии разработки и продвижения гастрономических событий. – Реализация гастрономических туристских продуктов, услуг и событий.			ский психолог в учреждениях образования						
10.	Сирик Наталия Валериевна	Специалист по УМР, ФГБОУ ВО «РГУ-ТИС»	Введение в туризм и гостеприимство	Высшее образование – специалитет	Документоведение и организация управленческого труда в государственных учреждениях; Юриспруденция	Организатор управленческого труда; Юрист	Кандидат юридических наук	Доцент	Нет	Повышение квалификации по программе «ЭИОС образовательной организации и применение	33 года	22 года

										дистанци- онных об- разователь- ных техно- логий в об- разователь- ном про- цессе» (72 часа), МЮИ, 2022 г.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--