

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.05.2026 17:03:44
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ГОРОДСКОЙ ТУРИЗМ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЭКОНОМИКА ГОРОДА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Городской туризм» входит в программу бакалавриата «Экономика города» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра региональной экономики и географии. Дисциплина состоит из 3 разделов и 7 тем и направлена на изучение города как специфического туристического продукта и сложной экосистемы, объединяющей интересы путешественников, местных жителей и бизнеса. В рамках курса рассматриваются экономические механизмы развития индустрии гостеприимства, а также влияние турпотоков на инфраструктуру, бюджет и социокультурный облик современного мегаполиса.

Целью освоения дисциплины является формирование системного понимания того, как превратить туристический потенциал города в устойчивый источник дохода и драйвер территориального развития. Курс учит находить баланс между ростом числа туристов и сохранением комфортной среды для его постоянных обитателей. □ Структура дисциплины выстроена так, чтобы охватить темы, в наибольшей степени связанные с управлением туристическими дестинациями, брендингом территорий и экономикой впечатлений. Студенты изучают вопросы событийного и делового туризма, функционирование гостиничного и ресторанного секторов, а также современные тренды цифровизации отрасли и развития креативных пространств как центров притяжения. □ Вы освоите: методы оценки экономического вклада туризма в валовой городской продукт; инструменты проектирования и продвижения городских туристических маршрутов; подходы к анализу емкости территорий и управлению рисками овертуризма; технологии взаимодействия власти и бизнеса при реализации ГЧП-проектов в сфере туризма. □ Практическая значимость дисциплины заключается в подготовке специалистов для комитетов по туризму, агентств городского развития, консалтинговых компаний и девелоперов. Навыки стратегического планирования туристической деятельности позволят выпускникам эффективно работать над повышением инвестиционной привлекательности городов и созданием качественных сервисов мирового уровня.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Городской туризм» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-3	Владеет методами пространственного анализа городской среды с использованием ГИС-технологий и Big Data	ПК-3.1 Проводит мониторинг и анализ социально-экономической ситуации развития городов с использованием ГИС-технологий и Big Data; ПК-3.2 Способен анализировать динамику изменения городского пространства и предлагать меры по оптимизации его структуры; ПК-3.3 Способен моделировать транспортные потоки и грузопотоки и рациональное размещение складских помещений и терминалов;
ПК-6	Способен проводить расчетно-экономическую деятельность по оценке эффективности региональной и городской экономики	ПК-6.1 Способен анализировать экономические показатели региональной и городской экономики и выявлять факторы, влияющие на экономическое положение; ПК-6.2 Способен проводить экономические расчеты по оценке эффективности региональной и городской экономики;
ПК-9	Способен составлять стратегии продвижения города на	ПК-9.1 Способен использовать цифровые технологии и социальные сети для популяризации и узнаваемости

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	внутреннем и внешнем рынке	территории (города); ПК-9.2 Способен готовить проекты презентаций и бизнес-планы для продвижения уникальных туристических продуктов и брендов; ПК-9.3 Способен представлять и защищать собственные идеи и проекты перед потенциальными инвесторами; ПК-9.4 Способен реализовать механизмы взаимодействия власти, бизнеса и общественности в продвижении территории;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Городской туризм» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Городской туризм».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-3	Владеет методами пространственного анализа городской среды с использованием ГИС-технологий и Big Data	Проектно-технологическая практика; <i>Города: прошлое, настоящее и будущее (проекты Комиссии ООН по городским поселениям)**;</i> Городская логистика; <i>Методы исследования городской среды**;</i> <i>Russia and its Regions: Geography, Economy and Geopolitics**;</i> <i>Формы городского неравенства**;</i> <i>Основы оценки недвижимости**;</i> <i>Девелопмент**;</i> <i>Новая урбанистика: экономика и пространство**;</i>	
ПК-6	Способен проводить расчетно-экономическую деятельность по оценке эффективности региональной и городской экономики	Стратегическое планирование и стратегическое управление развитием территорий; Экономика города; Региональная экономика; <i>Система государственных и муниципальных закупок**;</i> <i>Экономика ЖКХ**;</i> Проектно-технологическая практика;	
ПК-9	Способен составлять стратегии продвижения города на внутреннем и внешнем рынке	Проектно-технологическая практика; <i>Города: прошлое, настоящее и будущее (проекты Комиссии</i>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<i>ООН по городским поселениям)**;</i> <i>Стратегии имиджмейкинга территории)**;</i> <i>История урбанистики и культурология города)**;</i> Проектный практикум; <i>Новая урбанистика: экономика и пространство)**;</i>	

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Городской туризм» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	21		21
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические аспекты развития туризма и индустрии гостеприимства в городах	1.1	Специфика туризма в индустрии гостеприимства в городах	Город как туристическая дестинация. Типология городов-туристических центров. туристических. Городской отель как экономический субъект. Классификация средств размещения в городе (бизнес-отели, апарт-отели, хостелы, бутик-отели). Сегментация потребителей: различия между бизнес-туристами, экскурсантами и "сити-брейк" туристами. Стандарты обслуживания туристов в городе и их влияние на добавочную стоимость продукта. Экономика впечатлений: роль дополнительных услуг (рестораны, SPA, конференц-залы) в структуре доходов городского отеля. Экономика трансформаций и развитие туризма.	ЛК, СЗ
		1.2	Туристские ресурсы городов	Классификация и структура городских туристских ресурсов. Материально-технические и природно-климатические ресурсы города. Историко-культурный потенциал как нематериальный актив. Инфраструктурные ресурсы (транспорт, средства размещения, гостинично-ресторанный бизнес). Специфические городские ресурсы: деловые, событийные и инновационные кластеры. Объекты культурного наследия в туристической деятельности. Экономическая оценка туристских ресурсов. Методы кадастровой и рыночной оценки объектов показа. Понятие «емкости» туристского ресурса и предельно допустимые нагрузки. Оценка стоимости бренда города как нематериального актива. Дифференциальная рента: роль местоположения ресурса в ценообразовании турпродукта. Трансформация ресурсов в востребованный турпродукт. Инвестиционная привлекательность объектов культурного наследия. Налогообложение и сборы (курортный сбор) как источники воспроизводства ресурсов. Эффективность использования ресурсов в экономике города. Показатели интенсивности использования (коэффициенты загрузки, посещаемости). Мультипликативный эффект: влияние туристских ресурсов на смежные отрасли города. Экологические и социальные издержки чрезмерной	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		1.3	Туристская инфраструктура городов	<p>эксплуатации ресурсов (овертуризм).</p> <p>Инфраструктура как материально-техническая база туризма. Состав и классификация: первичная (специализированная) и вторичная (общегородская) инфраструктура. Экономическая роль инфраструктуры в создании комплексного турпродукта. Жизненный цикл инфраструктурных объектов и их влияние на себестоимость туристических услуг. Экономика средств размещения и общественного питания. Структура основных фондов гостиничного и ресторанного хозяйства. Инвестиционные модели: франчайзинг, управленческий контракт, прямые инвестиции. Показатели эффективности: ADR (средняя цена номера), RevPAR (доход на доступный номер), фудкост в городском общепите. Влияние сезонности на окупаемость гостиничных объектов. Транспортная система и логистика города. Экономическая доступность дестинации: роль авиационных, железнодорожных и автотранспортных узлов. Взаимосвязь между развитием городской транспортной сети и ростом турпотока. Роль туристско-информационных центров (ТИЦ) как институтов поддержки туристического рынка. Государственное регулирование и поддержка инфраструктурных проектов в городском туризме. Налоговые льготы и преференции для инвесторов в туристическую инфраструктуру (ОЭЗ, ТОР). Механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП) и концессионных соглашений в городском туризме. Мультипликативный эффект развития инфраструктуры: создание рабочих мест и налоговые поступления в местный бюджет. Smart City в туризме: экономическая эффективность внедрения бесконтактных платежей, навигационных систем и Big Data.</p>	ЛК, СЗ
Раздел 2	Технологии организации туристической деятельности в городах	2.1	Сущность туроператорской и турагентской деятельности в городах	<p>Сущность туроператорской и турагентской деятельности в городах. Управление туристической дестинацией на локальном уровне. Туристско-информационные центры. Цепочка создания стоимости при организации туристической деятельности в городах. B2B и B2C сегменты. Особенности работы с корпоративными клиентами (MICE) и индивидуальными туристами. Правовые аспекты туристической деятельности в</p>	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				городах: лицензирование, страхование рисков и финансовые гарантии.	
		2.2	Технологические особенности формирования туристского продукта в городах	Этапы проектирования туристического продукта: исследование рынка, проектирование маршрута, калькуляция себестоимости, тестирование. Динамическое пакетирование: технологии формирования тура в реальном времени под запрос клиента. Инклюзивность и доступность: учет потребностей маломобильных групп граждан при создании продукта. Стандартизация и сертификация: требования к качеству городского турпродукта.	ЛК, СЗ
		2.3	Формирование и продвижение городских брендов на основе туристической деятельности	Понятие и структура бренда города: идентичность, имидж и репутация. Взаимосвязь туризма и территориального маркетинга. Формирование туристических потоков на основе формирования восприятия места. Классификация городских брендов: исторические, событийные, гастрономические и индустриальные бренды. Методология формирования бренда города на базе туристической дестинации: аудит историко-культурного потенциала и инфраструктуры, работа с целевой аудиторией, разработка платформы бренда, вовлечение стейкхолдеров. Стратегии и инструменты продвижения бренда. Событийный туризм как инструмент продвижения города: фестивали, спортивные мероприятия и выставки. Цифровой маркетинг в туризме: соцсети, тревел-блоги, мобильные приложения и AR-гиды. Брендирование городской среды: Дизайн-код, навигация для туристов и арт-объекты. PR-сопровождение и работа со СМИ: Формирование информационного поля и управление репутацией.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Специфика экскурсионной деятельности в городах	3.1	Экономические особенности городского экскурсионного продукта	Проектирование экскурсии как инвестиционного проекта. Жизненный цикл экскурсионного продукта: от идеи и маркетингового исследования до этапа насыщения и модификации. Инвентаризация городских ресурсов: экономическая оценка историко-культурного потенциала территории. Объекты показа как «активы» города. Формирование технологической карты и контрольного текста: расчет временных затрат и логистическая оптимизация маршрута (минимизация транспортных издержек). Экономика	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				впечатлений и добавленная стоимость в городских экскурсиях. Экономическая ценность экскурсии. Цепочка создания стоимости при организации городской экскурсии. Финансовая модель и ценообразование городского экскурсионного продукта. Дистрибуция и рынок онлайн-платформ в городском туризме. Внешние экономические эффекты (экстерналии) развития городского экскурсионного продукта. Классификация городских экскурсий. Экономика экскурсионной деятельности: Расчет точки безубыточности и ценообразование.	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Проекционный экран GEHA 244*244, Экран с электропроводом Draper 203*1, Акустическая система Defender Mercury 35 Mkl, Телевизор Philips
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок HP ProOne 440 Intel I5 10500T/16 GB/512 GB/audio, монитор 24" (21 шт.), Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Моноблок HP ProOne 440 Intel I5 10500T/16 GB/512 GB/audio, монитор 24" (21 шт.), Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с.

— (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21279-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569498>

2. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588584>

3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584252>

Дополнительная литература:

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для вузов / Л. Г. Березовая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17458-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583109>

2. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588410>

3. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569499>

4. Щербинин А.И., Щербинина Н.Г., Севостьянов А.В. Конструирование города-бренда / А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина, А.В. Севостьянов – М.: Издательство «Аспект-Пресс», 2018

5. Денис Визгалов: пусть города живут / сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский. – Москва: Сектор, 2015

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Городской туризм».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Крейденко Татьяна
Федоровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Холина Вероника
Николаевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Холина Вероника
Николаевна

Фамилия И.О.