

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени М.В. ЛОМОНОСОВА
Социологический факультет

Трофимов С.В.

Рабочая программа
Межфакультетского учебного курса
«СОЦИОЛОГИЯ ТУРИЗМА»

МОСКВА-2017

По поручению ректора Московского университета академика В. А. Садовниченко, в целях повышения качества реализации основных образовательных программ и углубления межфакультетской интеграции с весеннего семестра 2012/2013 учебного года осуществляется чтение Межфакультетских учебных курсов (МФК) МГУ, доступных для всех студентов Московского университета.

Межфакультетские учебные курсы организованы на всех факультетах Московского университета. Освоение МФК является неотъемлемым элементом обучения студентов в Московском университете. Для студентов очной формы обучения 3 и 4 курсов, обучающихся по программам специалитета, 3 курса бакалавриата и 1 курса магистратуры (очной формы), освоение МФК обязательно. Студенты всех остальных курсов и других форм обучения также приглашаются для освоения МФК. В расписании учебных занятий студентов всех курсов всех факультетов зарезервировано время для МФК МГУ (по средам, 4-ая и 5-ая пары). Информация о сданных студентом экзаменах (зачетах) по Межфакультетским учебным курсам МГУ вносится в приложение к его диплому.

1. Цели и задачи освоения дисциплины (курса):

Целью курса социологии туризма – дать студентам базовые знания в области социологических подходов к изучению феномена туризма, показать специфические свойства явления, а также привлечь внимание к особенностям социологической концептуализации управленческих практик туризма, показав взаимосвязь текущих социальных процессов и менеджментом туризма.

Задача курса – дать студентам-непрофильникам знания по современным социологическим теориям, связанным с изучением феномена туризма, а также дать представление о методике проведения социологических исследований, предоставив им возможность проведения собственного социологического конструирования туристического маршрута (по сокращенной схеме) и анализа собранного материала.

В число задач курса входят рассмотрение особенностей различных подходов к туризму, другим феноменам миграции и путешествий в разных слоях общества, выявление инструментов анализа исторических и современных типов мобильности, установление взаимосвязи социальных процессов, в том числе глобализационных с техниками маркетинга и менеджмента в туризме.

2. В результате освоения дисциплины обучающийся должен

ЗНАТЬ:

- основные этапы развития и современное состояние социологических подходов к туризму, ключевые проблемы и методологические установки;
- базовые понятия современной социологических концепций туризма;

УМЕТЬ:

- использовать полученные знания при анализе социальной реальности, владеть навыками исследования конкретных социальных ситуаций;
- опираясь на базовые понятия социологической теории, анализировать социально-значимым проблемы и делать аргументированные выводы;
- логически излагать (устно и письменно) свои суждения по различным социально-значимым проблемам, используя научную лексику и грамотно употребляя базовые понятия;

ВЛАДЕТЬ:

- основными понятиями и терминологией социологии туризма по всем темам в объеме пройденного материала;

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

- способность к творчеству, порождению инновационных идей, выдвижению самостоятельных гипотез (СК-1);

- способность к поиску, критическому анализу, обобщению и систематизации научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных путей и методов их достижения (СК-2);
- способность к междисциплинарному взаимодействию и умению сотрудничать с представителями других областей знания в ходе решения научно-исследовательских и прикладных задач (СК-6);
- способность анализировать, синтезировать и критически осмысливать информацию на основе комплексных научных методов (СК-7).

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Дисциплина «Социология туризма» является дисциплиной по выбору (Межфакультетским учебным курсом) и предназначен для студентов Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова. Лекционный курс рассчитан на 32 ак. часа, 2 зачётные единицы. Лекция (ЛК) – 30 часов, контролируемая самостоятельная работы (КРС) – 2 часа, самостоятельная работа студентов (СРС) – 32 часов. Итоговый контроль – зачёт. Курс читается в осеннем семестре (четный семестр).

5. Структура и содержание дисциплины:

5.1. Распределение часов по разделам, темам и видам занятий

№№ п/п	Тема	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям)
			всего	ЛК	ПЗ	КРС	СРС	
1	Общее введение. Туризм как социальное явление. Разнообразие подходов. Общая постановка проблемы. Влияние туризма на семью, на общество.	2	2	2				
2	Разнообразие научных представлений о туризме. Между социальной антропологией, социальной географией и социологией управления. Элитарный и массовый туризм.	3	2	2				
3	Досуг и социальная территория. Социальные теории пространства и времени. Идея мобильности. Инсайдеры и аутсайдеры.	4	2	2				

4	Туризм и глобализация. Основные черты глобализации. Глокализация. Виртуализация социального пространства. Потребление. Локальные реакции: плюсы и минусы.	5	2	2				
5	Туризм как аутентичность опыта и театрализованная подлинность. Концепции Д.МакКеннела и Д.Бурстина. Н.Грабурн: «Туризм как священное путешествие». Идеальные типы туристов.	6	2	2				
6	Туризм как приключение и зрелище. Концепция Дж.Урри. Современные кочевники. Туризм и потребление по З.Бауману.	7	2	2				
7	Туризм как социальная практика. От определения к полю. Взгляд социолога. Критерии систематизированного описания.	8	2	2				
8	Ценностные основы и конструирование идентичности в туризме. Ценностная матрица туризма. Уровневая организация идентичности туриста: от «пионера» до чужака. Проявления неравенства в туризме. Виртуальная идентичность. Case study: «Руссо туристо».	9	2	2				
9	Последствия развития туризма. Экологический, экономический, социокультурный, правовой и конфликтологический дискурс. Влияние туризма на социальную среду местного общества.	10	2	2				

10	Организация туристской деятельности. Индустрия туризма, гостеприимства и досуга. Специфика организации услуг туризма. Технология 22 шага «организационного проектирования» в применении к туризму.	11	2	2				
11	Управление в туризме. Уровни и подходы к управлению. Модели качества обслуживания. Сервис и услуги, как социальное явление. Возможно ли управление потребителем? <i>(управление социального управления туристским вниманием).</i>	12	2	2				
12	Маркетинг в туризме. Маркетинговые стратегии туроператоров. Исследование на рынке туризма. Сегментация туристического рынка. Создание туристического направления как социокультурный образ.	13	2	2				
13	Перспективы развития современного туризма. Туризм и культурные изменения. Отражение изменений в социальном пространстве. Туризм и занятость. Социальные движения и туризм. Религиозный туризм и паломничества. Городское путешествие. Экологический туризм. Виртуализация туризма.	14	2	2				
14	Итоги МФК. Туризм как индикатор социальных изменений. Туризм как индикатор социальных ценностей. Итоговые замечания.	15	2	2			32	Проведение полевого наблюдения. Презентация материалов наблюдения. Анализ результатов наблюдения.
15	Зачет	16				2		
			64	30		2	32	

			всего	ЛК	ПЗ	КСР	СРС	
--	--	--	-------	----	----	-----	-----	--

5.2. Содержание учебной дисциплины:

Тема 1.

Общее введение. Туризм как социальное явление. Разнообразие подходов. Общая постановка проблемы. Влияние туризма на семью, на общество.

Тема 2.

Разнообразие научных представлений о туризме. Между социальной антропологией, социальной географией и социологией управления. Элитарный и массовый туризм.

Тема 3.

Досуг и социальная территория. Социальные теории пространства и времени. Идея мобильности. Инсайдеры и аутсайдеры.

Тема 4.

Туризм и глобализация. Основные черты глобализации. Глокализация. Виртуализация социального пространства. Потребление. Локальные реакции: плюсы и минусы.

Тема 5.

Туризм как аутентичность опыта и театрализованная подлинность. Концепции Д.МакКеннела и Д.Бурстина. Н.Грабурн: «Туризм как священное путешествие». Идеальные типы туристов.

Тема 6.

Туризм как приключение и зрелище. Концепция Дж.Урри. Современные кочевники. Туризм и потребление по З.Бауману.

Тема 7.

Туризм как социальная практика. От определения к полю. Взгляд социолога. Критерии систематизированного описания.

Тема 8.

Ценностные основы и конструирование идентичности в туризме.

Ценностная матрица туризма. Уровневая организация идентичности туриста: от «пионера» до чужака. Проявления неравенства в туризме. Виртуальная идентичность. Case study: «Руссо туристо».

Тема 9.

Последствия развития туризма. Экологический, экономический, социокультурный, правовой и конфликтологический дискурс. Влияние туризма на социальную среду местного общества.

Тема 10.

Организация туристской деятельности. Индустрия туризма, гостеприимства и досуга. Специфика организации услуг туризма. Технология 22 шага «организационного проектирования» в применении к туризму.

Тема 11.

Управление в туризме. Уровни и подходы к управлению. Модели качества обслуживания. Сервис и услуги, как социальное явление. Возможно ли управление потребителем? (*управление социального управления туристским вниманием*).

Тема 12.

Маркетинг в туризме. Маркетинговые стратегии туроператоров. Исследование на рынке туризма. Сегментация туристического рынка. Создание туристического направления как социокультурный образ.

Тема 13.

Перспективы развития современного туризма. Туризм и культурные изменения. Отражение изменений в социальном пространстве. Туризм и занятость. Социальные движения и туризм. Религиозный туризм и паломничества. Городское путешествие. Экологический туризм. Виртуализация туризма.

Тема 14.

Итоги МФК. Туризм как индикатор социальных изменений. Туризм как индикатор социальных ценностей. Итоговые замечания.

Зачет

6. Образовательные технологии

МФК предполагает участие в лекциях, ознакомление с рекомендованной литературой, прослушивание и анализ музыкальных произведений, проведение самостоятельного исследования (социологического конструирования туристического маршрута по упрощенной методике).

Зачет предусматривает защиту отчета по исследованию, а также демонстрацию освоения основных положений курса.

Самостоятельная работа студентов: Подготовка и проведение социологического конструирования туристического маршрута по сокращенной схеме. Анализ полученных данных. Подготовка мини-отчета по исследованию.

На первом занятии проводится анкетирование студентов, записавшихся на курс, с целью определения уровня подготовки по социологии (опыт работы в социологических исследованиях, курс «(Общей) социологии» на факультете, общий интерес к социологии, не знаком) и по знакомству с туристическим феноменом (общие сведения, участие в походах и экспедициях, поездки в организованные экскурсии, работа по организации туристических маршрутов и т.д.). В зависимости от уровня подготовки слушателей возможен выбор траектории с более подробным объяснением специфических терминов социологической теории и теории менеджмента.

Курс предусматривает возможность участия в занятиях студентов с различным уровнем подготовки.

Основные задания:

Изучение туристическо-рекреационного потенциала территории (обязательное задание)

Замысел: организация и проведение полевого этапа социологического наблюдения, структурированное описание материала, представление результатов исследования. Интегральная часть зачета.

Приоритетные объекты исследования:

- а) инфраструктура туризма;
- б) окружающая среда
- в) туристический продукт
- г) потребители туристического продукта

Туристско-рекреационные ресурсы региона: объекты и явления природного и антропологического происхождения, которые можно использовать в целях отдыха, туризма и лечения.

Оценивают физико-географический, демографический, экономический, социальный, административный потенциал региона, имеющуюся и потенциальную инфраструктуру туризма: имеющиеся туристические фирмы, заведения питания, гостиницы, занятые в сфере туризма население).

Важным будет учитывать географическое положение региона, геологическое строение и рельеф местности, климат, гидроструктура, растительность и животный мир, наличие охраняемых объектов, наличие памятников истории и культуры, объекты религиозного культа, состояние инфраструктуры туризма, направленность туристических потоков, структура населения.

2) Статистические наблюдения (факультативное задание)

i. Банковский метод учета: Оценка возможности:

- *размещения туристов* (стоимость проживания, государственные сборы, эксплуатационные расходы, аренда комнат и «домов на колёсах», другие расходы, связанные со стоянками лайнеров, яхт и катеров у причала)
- *питания, включая напитки* (расходы на питание и напитки в ресторанах, кафе, барах, а также в гостиницах и розничной торговле).
- *транспортные расходы* (дорожные расходы от места жительства к месту отдыха и обратно, поездки в границах места посещения, экскурсии)
- *посещения магазинов* (расходы на товары, приобретаемые в поездке для личного пользования, в том числе сувениры)
- *прочие расходы* (сборы при обмене валюты, страховки, услуги связи и почты, комиссионные и чаевые, химчистка и т.д.)

Иногда в *прочие расходы* добавляют, например, расходы на сауну, массаж, косметолога и т.п. хотя целесообразно выделять их в отдельный вид туристических услуг.

Банковский метод позволяет оценить «чистые» общие затраты потенциального туриста на поездку и возможности планирования и развития туристического бизнеса в регионе.

ii. Демографические показатели региона:

Численность населения

Возрастная структура населения

Гендерный состав населения

Структура занятости
Уровень образования
Доход населения
Расовая принадлежность
Урбанизация
Наличие свободного времени
Общественные услуги и сервис,
Транспорт
Историко-культурное наследие

3) Составление виртуальных «мысленных» карт (факультативное задание)

Полезным для оценки перспектив развития туризма является **картографирование** туристических объектов и региона в целом, а также построение **виртуальных «мысленных» карт**, учитывающих представления местных жителей, совершивших путешествие и потенциальных туристов.

Для построения мысленной карты – рекомендуется следующая методика. Углубленное интервью с респондентом, в ходе которого определяются представления респондента об изучаемой местности. Полученное в итоге интервью словесное описание может быть переведено в графическую или картографическую форму исследователем или респондентом. План-образ изучаемой местности, составленный респондентом очень полезен, так как он даёт представления о восприятии пространства, особенно о важности тех или иных его элементов.

7. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Социология туризма» предполагает использование для чтения лекций специализированных аудиторий, оснащенных компьютером и LCD-проектором или интерактивной доской.

Необходимым требованием является наличие в абонементном отделе библиотеки достаточного количества экземпляров основной и дополнительной литературы для изучения курса.

8. Оценочные средства итогового контроля освоения дисциплины

Проведение социологического мини-исследования: Итоговая письменная работа, представляющая отчет (по упрощенной схеме) о проведении социологического мини-исследования (**изучение туристическо-рекреационного потенциала территории** или альтернативного задания по согласованию с преподавателем) по выбранной студентами теме, включающего построение программы, проведение наблюдения и краткий качественный анализ полученных данных. На последнем занятии возможны доклады с презентациями по проведенному исследованию.

Итоговая оценка: выставляется на основании суммарного учета всех контрольных мероприятий и оценки, полученной на итоговом собеседовании.

8.1. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине

Примерные вопросы для зачета:

1. Разнообразие подходов к туризму как социальному явлению.
2. Социальные теории пространства и времени.
3. Основные черты глобализации. Локальные реакции: плюсы и минусы.
4. Концепции Д.МакКеннела и Д.Бурстина.
5. Н.Грабурн: «Туризм как священное путешествие». Идеальные типы туристов.
6. Концепция Дж.Урри. Современные кочевники.
7. Туризм и потребление по З.Бауману.
8. Критерии систематизированного социологического описания поля туризма.
9. Ценностные основы и конструирование идентичности в туризме.
10. Особенности конструирования виртуальной идентичности.
11. Case study: «Руссо туристо».
12. Последствия развития туризма.
13. Специфика индустрии туризма, гостеприимства и досуга.
14. Технология 22 шага «организационного проектирования» в применении к туризму.
15. Модели качества обслуживания в туризме.
16. Управление социальным управлением туристским вниманием.
17. Маркетинговые исследования на рынке туризма.
18. Перспективы развития современного туризма.

10. Литература:

10.1. Основная литература

Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления — М.: Университетская книга; Логос, 2008. — 424 с. — ISBN 978-98704-425-1

Социология: Основы общей теории: Учеб. пособие / Отв. ред. Г.В.Осипов, Л.Н.Москвичев. – М., 2003, - 912 с.

Губа В.П. Воронов Ю.С. Карпов В.Ю. Методы научного исследования туризма: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М., Физическая культура, 2010 – 176 с

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ

10.2. Дополнительная литература

Бауман З., От паломника к туристу // Социологический журнал, 1995, № 4, - С. 133-154.

Бек У., Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. М.: Прогресс-Традиция, 2001. - 304 с.

Бурдьё П., Социология социального пространства – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. В 2-х т.

Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. Пер. с англ. П. М. Кудюкина. Под общей редакцией канд. полит, наук Б. Ю. Кагарлицкий — СПб.: Издательство «Университетская книга», 2001. — 416 с.

Делёз Ж. и Гваттари Ф., Что такое философия, - М., 1998 (1991 fr.)

- Зиммель Г.*, Созерцание жизни: пер. с нем., // Избранное. Т.2. – М., Юрист, 1997 – С. 624.
- Кастельс М.*, Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе 1 Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. - Екатеринбург: У -Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004.- 328 с.
- Макканелл, Д.* Турист. Новая теория праздного класса. – М., АдМаргинемПресс, 2016 – 280 с.
- Тоффлер А.*, Футурошок – Лань, 1997
- Штомпка П.*, Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М., Логос, 2007. – 168 с.
- Штомпка П.*, Социология. Анализ современного общества. – М., Логос, 2005. – 664 с.

10.3. Иноязычная литература

- Augé M.*, Non-Places: Introduction to Anthropology of Supermodernity. – London, N.Y.: Verso, 1997.
- Boorstin D.J.* The Image. A Guide to Pseudo-Events in America – N.Y.: Harper&Row, 1962
- Bourdieu, P.* La Distinction: critique sociale du jugement. — P.: Minuit, 1979. — 670 p.
- Cohen E.*, Toward a Sociology of International Tourism // Social Research, 1972 Vol. 39. P. 164-189
- Cohen E.*, Who is a Tourist? A Conceptual Review // Sociological Review. 1974. Vol. 22. P. 27-53
- Frechtling D. C.* Proposed Standard Definitions and Classifications for Travel Research / D. C. Frechtling, 1976.
- Graburn N.*, Tourism as a sacred journey // host and guests. The anthropology of tourism / V.Smith (ed.) 2nd ed. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989
- Lefebvre H.*, The production of Space – Oxford, Blackwell, 1994 – 464 p.
- Louis Turner and John Ash.* The Golden Hordes International Tourism and the Pleasure Periphery - Constable & Robinson Limited, 1975. – 315 p.
- Mathieson A., Wall G.*, Tourism: Economic, Physical and Social Impacts – Harlow: Longman, 1996 – 208 p.
- Miossec Jean-Marie*, Un modèle de l'espace touristique // L'espace géographique, tome 6, n°1, 1977
- Robertson R.*, Globalization: Social Theory and Global Culture / R. Robertson. — SAGE. — 1992. — 224 p.
- Rojek, Chris*, Cybertourism and the phantasmagoria of place. In // Destinations: Cultural Landscapes of Tourism G. Ringer (ed.) – London; N.Y.: 1998 - P. 33–48
- Urry J.* The Tourist Gaze – London, Sage, 1990
- Young G.* Tourism: Blessing Or Blight? - Penguin, 1973 - 191 p.