

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
МОДУЛЯ**

Б1.В.10 Модуль инновационный

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Менеджмент туристской индустрии»
квалификация выпускника: Бакалавр
формы обучения: очная, заочная, очно-заочная

Год набора - 2022

Авторы – составители:

доцент кафедры менеджмента	Белая Елена Александровна
доцент кафедры менеджмента	Бондаренко Ирина Викторовна
преподаватель кафедры менеджмента	Иванова Марина Владимировна
доцент кафедры менеджмента	Матюнин Владимир Михайлович
заведующий кафедрой менеджмента	Симагина Ольга Владимировна
доцент кафедры менеджмента	Филиппов Дмитрий Викторович

Новосибирск, 2021

Цель освоения модуля:

Сформировать способность разрабатывать и продвигать новые туристские продукты и услуги.

План модуля:

Содержание дисциплины Б1.В.10.01 Креативные индустрии в туризме

Тема 1. Сущность и содержание креативных индустрий

Понятие креативных и культурных индустрий. Виды креативных индустрий Театральные и изобразительные виды искусства, кинематограф, телевидение и радио, музыка, издательское дело, компьютерные игры, новые медиа, архитектура, дизайн, мода и реклама.

Тема 2. Использование креативных индустрий в туризме

Особенности использования Театральных и изобразительных видов искусства, кинематографа, телевидения и радио, музыка, издательского дело, компьютерных игр, новых медиа, архитектуры, дизайна, моды и рекламы в туризме.

Содержание дисциплины Б1.В.10.02 Маркетинг туристских дестинаций

Тема 1. Основы маркетинга туристских дестинаций и его организация

Территориальный маркетинг: понятие, цели, принципы и задачи. Внутренний и внешний территориальный маркетинг. Необходимость внедрения маркетинга территорий в условиях ограниченных финансовых ресурсов и с учетом последствий влияния различных факторов. Субъекты территориального маркетинга и их классификация. Инструменты маркетинга территорий. Туристская дестинация как объект территориального маркетинга.

Тема 2. Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга территорий

Маркетинговые исследования территории: процедура и методология. Система маркетинговой информации и ее характеристика. Социально-экономические показатели, характеризующие регион (региональные индикаторы). Диагностика экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков. Особенности маркетингового исследования населенных пунктов. SWOT-анализ территории. Система мероприятий и программа проведения маркетингового исследования, направленные на реализацию маркетинговой стратегии территории с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности.

Тема 3. Рейтинги территорий как инструмент маркетинга территорий

Понятие и сущность рейтинговых подходов к оценке территорий. Международные рейтинги. Рейтинг конкурентоспособности территорий: методика формирования, показатели эффективности и анализа. Особенности формирования рейтинга условий ведения бизнеса. Место России в международных рейтингах. Рейтинги регионов России: методики и особенности формирования. Прикладное значение рейтингов территорий для формирования стратегии развития.

Тема 4. Комплекс маркетинга и конкурентоспособность туристских дестинаций

Концепция маркетинг-микс территорий. Особенности комплекса маркетинга для территорий (формирование инвестиционной привлекательности) с учетом распределения ограниченных ресурсов. Вопросы конкурентоспособности страны на мировых рынках. Система детерминант конкурентного преимущества территорий. Конкурентоспособность региона и факторы, влияющие на нее. Имидж территории: понятие, виды. Понятие и целесообразность создания бренда территорий.

Тема 5. Информационный маркетинг туристских дестинаций

Продвижение территорий: цели, задачи, механизмы и технологии реализации. Стратегические направления реализации информационного маркетинга территорий. Методы маркетинговой коммуникации. Информационные каналы воздействия на целевую аудиторию. Региональные порталы, их маркетинговая характеристика. Ивент-маркетинг как технология продвижения территорий.

Тема 6. Маркетинг города

Специфика городского маркетинга. Подходы к исследованию городов. Типология городских маркетинговых стратегий. Аргументы функционирования и развития городов. Город и

маркетинговые коммуникации. Имидж города как инструменты муниципального маркетинга. План продвижения города. Формирование имиджа города.

Тема 7. Стратегические направления организации территориального маркетинга

Маркетинговые технологии и инструменты территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития территории (города, региона) с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности. Стратегия маркетинга территории: имиджа, достопримечательностей, населения. Место маркетинговых технологий в разработке стратегии развития территории. Управление функционированием и развитием региона. Службы маркетинга в органах власти и управления территорией.

Содержание дисциплины Б1.В.10.03 Инновации в туристической индустрии

Тема 1. Сущность и содержание инноваций

Понятие, определения, виды. Модели и формы инновационной деятельности, их распространение. Классификация инноваций. Нововведения как объект инновационного управления. Цель инновационного решения. Понятийный аппарат инновационного менеджмента: новшество (новация), инновации и их жизненный цикл, инновационный лаг и процесс, инновационная инфраструктура.

Тема 2. Инновационный процесс. Организационные формы инновационной деятельности

Особенности планирования процессов внедрения новшеств. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование инновационной деятельности организации. Этапы инновационного процесса: формирование идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, разработка стратегии маркетинга, оценка производственных возможностей, создание опытного образца, испытание в рыночных условиях, начало серийного (коммерческого производства). Организация инновационного менеджмента. Организационные структуры. Научная организация. Рисковый (венчурный) бизнес. Суть инновационной организации; ее характеристики. Инновации в организациях. Сопротивление инновациям. Инновационная структура, инновация как бизнес. Инновационная деятельность малых предприятий и внедренческих фирм.

Тема 3. Организация инновационной деятельности в туризме

Значение выбора инновационной стратегии туристской организации. Инновационные стратегии, их особенности в условиях рыночной экономики. Цели стратегического планирования. Фазы стратегического планирования. Методы выбора инновационной стратегии. Матрица возможностей. Матрица угроз. Матрица "Продукция-рынок". Управление инновациями и стратегическое управление в туризме.

Тема 4. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах

Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства. Продукт интеллектуального труда как результат инновационной деятельности. Понятие и основные составляющие научно-технической продукции. Понятие нового изделия (услуги). Основные положения и отличительные особенности патентного законодательства РФ. Особенности международного патентного права. Защита авторских прав в России и других странах. Форма лицензионного договора. Гарантии, ответственность, конфиденциальность и платежи по договору лицензии. Законодательные средства защиты "ноу-хау". Нормативно-методическое обеспечение инновационной деятельности в туризме.

Тема 5. Государственное регулирование и поддержка инновационного развития

Система нормативно-правового регулирования инновационной сферы в РФ. Меры и программы поддержки инновационного развития в РФ. Прямые и косвенные методы государственной поддержки инновационной деятельности.

Содержание дисциплины Б1.В.10.04 Продвижение туристского продукта

Тема 1. Основные понятия и категории политики продвижения

Политика продвижения в комплексе маркетинга. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения.

Тема 2. Технологии продвижения туристского продукта: реклама

Основные понятия теории рекламы. Основные подходы к анализу рекламной деятельности. Принципы организации рекламы. Функции рекламы. Рекламный процесс: составляющие, их взаимодействие. Субъекты рекламного рынка. Реклама и общество. Правовое и этическое

регулирование рекламной деятельности. Виды и каналы распространения рекламы. Разработка и реализации рекламной кампании.

Тема 3. Технологии продвижения туристского продукта: PR

Сущность и функции связи с общественностью. Система управления общественным мнением. Объекты PR. Сущность и основные факторы развития связи с общественностью. Основные правила коммуникационной политики. Принципы установления и поддержки PR. Содержание функций PR. Организация PR-кампании и ее структура. Этические аспекты PR.

Тема 4. Продвижение туристского продукта в сети Интернет

Инструменты интернет-продвижения: SEO оптимизация, SMM, контекстная и таргетированная реклама. Управление репутацией в сети. GIS-системы в продвижении туристских продуктов. Блоггинг в системе продвижения туристских продуктов.

Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

В ходе реализации модуля используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Б1.В.10.01 Креативные индустрии в туризме		
Тема 1	Сущность и содержание креативных индустрий	Представление докладов
Тема 2	Использование креативных индустрий в туризме	Выполнение практического задания
Б1.В.10.02 Маркетинг туристских дестинаций		
Тема 1	Основы маркетинга туристских дестинаций и его организация	Устные или письменные ответы на вопросы Представление доклада
Тема 2	Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга территорий	Выполнение практического задания
Тема 3	Рейтинги территорий как инструмент маркетинга туристских дестинаций	Представление доклада Выполнение практического задания
Тема 4	Комплекс маркетинга и конкурентоспособность туристских дестинаций	Устные или письменные ответы на вопросы Выполнение практического задания
Тема 5	Информационный маркетинг туристских дестинаций	Выполнение практического задания
Тема 6	Маркетинг города	Устные или письменные ответы на вопросы Представление доклада
Тема 7	Стратегические направления организации территориального маркетинга	Устные или письменные ответы на вопросы
Б1.В.10.03 Инновации в туристической индустрии		
Тема 1	Сущность и содержание инноваций	Устные или письменные ответы на вопросы
Тема 2	Инновационный процесс. Организационные формы инновационной деятельности	Устные или письменные ответы на вопросы
Тема 3	Организация инновационной деятельности в туризме	Представление доклада
Тема 4	Интеллектуальная собственность в инновационных процессах	Выполнение практического задания
Тема 5	Государственное регулирование и поддержка инновационного развития	Представление доклада
Б1.В.10.04 Продвижение туристского продукта		
Тема 1	Основные понятия и категории политики продвижения	Устные или письменные ответы на вопросы
Тема 2	Технологии продвижения туристского продукта: реклама	Выполнение практического задания
Тема 3	Технологии продвижения туристского продукта: PR	Выполнение практического задания

Тема 4	Продвижение туристского продукта в сети Интернет	Выполнение практического задания
--------	--	----------------------------------

Зачет по дисциплине **Б1.В.10.01 Креативные индустрии в туризме** проводится с применением следующих методов (средств): устный или письменный ответ на вопросы билета.

Экзамен по дисциплине **Б1.В.10.02 Маркетинг туристских дестинаций** проводится с применением следующих методов (средств): устный или письменный ответ на вопросы билета.

Зачет по дисциплине **Б1.В.10.03 Инновации в туристической индустрии** проводится с применением следующих методов (средств): устный или письменный ответ на вопросы билета.

Зачет с оценкой по дисциплине **Б1.В.10.04 Продвижение туристского продукта** проводится с применением следующих методов (средств): устный или письменный ответ на вопросы билета.

Основная литература:

1. Бондарева, К. Е. Методы продвижения туристического продукта на современном этапе развития рынка туристских услуг / К. Е. Бондарева // Вестник научных конференций. – 2019. – № 4-1(44). – С. 18-22. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38511411> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

2. Боровинская, Д. Н. Феномен креативности. Философско-методологический анализ : монография / Д. Н. Боровинская, Л. Н. Захарова ; под ред. В. А. Суровцева. — Сургут : Сургутский государственный педагогический университет, 2017. — 173 с. — ISBN 978-5-93190-358-3. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87019.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

3. Бунич, Г. А. Туристический продукт и направления его инновации : монография / Г. А. Бунич. — Москва : Дашков и К, 2011. — 188 с. — ISBN 978-5-394-01813-8. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/60271.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

4. Владыкина, Ю. О. Техника и технологии в сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. О. Владыкина ; Новосибирский государственный технический университет. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-7782-3283-9. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576574> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

5. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — URL: <https://urait.ru/bcode/469332> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

6. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/476533> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

7. Желнина, З. Ю. Мотивация и культурные стереотипы как факторы развития арктического туризма / З. Ю. Желнина, Н. В. Терещенко // Общество: философия, история, культура. – 2019. – № 2(58). – С. 72-76. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36939182> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

8. Инновации в индустрии туризма : опорный конспект лекций / сост. Ю. В. Слива-Щерба. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2020. — 52 с. — ISBN 2227-8397. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108057.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

9. Инновации в сфере туризме : учебное пособие / М. В. Волошинова, Е. Г. Карпова, Л. В. Хорева, А. В. Шраер. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. — 84 с. — ISBN 978-5-7310-4883-5. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42944341> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

10. Инновации в туризме и гостиничном бизнесе : монография / Т. А. Адашова, Л. Л. Духовная, Н. В. Косарева [и др.]. — Москва : Перо, 2019. — 149 с. — ISBN 978-5-00150-430-6. — URL:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39247643> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

11. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика : в 2 ч. Ч. 1 : монография / О. Е. Афанасьев, К. В. Агнаева, К. А. Лебедев и др. ; под ред. О. Е. Афанасьева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 593 с. — ISBN 978-5-4499-1485-9. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600585> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

12. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика : в 2 ч. Ч. 2 : монография / О. Е. Афанасьев, К. В. Агнаева, К. А. Лебедев и др. ; под ред. О. Е. Афанасьева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 497 с. — ISBN 978-5-4499-1486-6. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600589> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

13. Инновационные подходы к обеспечению экономической безопасности туристско-рекреационной сферы : монография / А. Н. Полухина, В. П. Рукомойникова, Е. Е. Шарафанова [и др.] ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. — 216 с. — ISBN 978-5-8158-1987-0. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494314> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

14. Каверина, Н. А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) / Н. А. Каверина, А. И. Гретченко, А. А. Гретченко // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2019. — № 1(75). — С. 58-64. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37182039> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

15. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/451797> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

16. Козлова, Е. В. Креативность — основная компонента развития туристской отрасли на современном этапе? / Е. В. Козлова, А. А. Завьялов, Т. В. Солод // Бизнес. Образование. Право. — 2019. — № 4(49). — С. 231-237. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41295037> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

17. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Юрайт, 2021. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/469636> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

18. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : [учебное пособие] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити, 2015. — 1071 с. — ISBN 978-5-238-01263-6. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

19. Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства : коллективная монография / И. В. Хриптулов, Ю. В. Гнездова, И. Б. Мануйлова, Ю. В. Иванова ; под ред. И. В. Хриптулова. — Москва : Научный консультант, 2018. — 126 с. — ISBN 978-5-907084-66-7. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104960.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

20. Креативные индустрии для туризма и гостеприимства Приморского края : сб. ст. / Е. Абутов, А. Агеев, Н. Балагурова [и др.]. — Владивосток : Дальневосточный федеральный университет, 2019. — 123 с. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40962541> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

21. Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов, М. В. Савина, Н. Л. Красюкова [и др.] ; под ред. А. А. Степанова, М. В. Савиной. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-394-03370-4. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85383.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

22. Кулян, К. К. Устойчивое развитие туристских дестинаций в горной и предгорной зоне Северного Кавказа : монография / К. К. Кулян, М. К. Кулян. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 143 с. — (Научная мысль; Туризм). — ISBN 978-5-16-006020-0. — URL:

- <https://znanium.com/catalog/product/960032> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Znanium.com», требуется авторизация.
23. Лежнин, В. В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации : монография / В. В. Лежнин, А. Н. Полухина ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 182 с. — ISBN 978-5-8158-2106-4. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570636> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.
24. Малышев, А. В. Кластеры "креативных индустрий" : перспективы развития (на примере региональных кинокластеров) / А. В. Малышев, Л. А. Ланина, Н. Б. Ромодановская // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. — 2020. — № 4. — С. 56-63. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44600812> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
25. Метелева, Е. Р. Креативные и культурные индустрии как основа развития туризма в Сибирском регионе / Е. Р. Метелева // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2010. — № 6. — С. 43. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18029964> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
26. Молчанова, В. А. Инновации в туризме: совместное потребление услуг / В. А. Молчанова // Евразийское Научное Объединение. — 2019. — № 9-2(55). — С. 140-142. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41153474> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
27. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, М. Причард ; пер. В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71244.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.
28. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/473234> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
29. Москвина, И. А. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций : сборник кейсов / И. А. Москвина. — Москва : Российская международная академия туризма : Университетская книга, 2017. — 88 с. — ISBN 978-5-98699-217-4. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88889.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.
30. Муминова, С. Р. Инновации в туризме на основе информационных технологий / С. Р. Муминова, В. М. Феоктистова, У. В. Вагина // Сервис в России и за рубежом. — 2018. — № 1. — С. 6-15. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/308144> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Лань», требуется авторизация.
31. Мухоморова, И. В. Инновации в развитии регионального туризма в России / И. В. Мухоморова // Инновации и инвестиции. — 2021. — № 3. — С. 16-18. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45427294> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
32. Попова, А. А. Развитие и продвижение внутреннего туристского продукта / А. А. Попова // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. — 2020. — № 1. — С. 692-697. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42942672> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация. — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
33. Поточенко, Р. О. Перспективы развития креативных индустрий в РФ / Р. О. Поточенко // E-Scio. — 2020. — № 6(45). — С. 671-676. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43135180> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
34. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2021. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-

5-534-11578-9. — URL: <https://urait.ru/bcode/472468> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

35. Рудякова, Е. Д. Современные проблемы развития креативных индустрий в городах РФ / Е. Д. Рудякова // Научный электронный журнал Меридиан. — 2021. — № 3(56). — С. 173-175. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45488037> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

36. Сарафанов, А. А. Современные тренды продвижения туристских продуктов / А. А. Сарафанов, А. Г. Сарафанова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. — 2020. — № 1. — С. 82-97. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42512469> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация. — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

37. Сарна, А. Я. Креативные индустрии и их роль в развитии городской культуры / А. Я. Сарна. — С. 348-354. — URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/229489/1/348-354.pdf> (дата обращения: 04.06.2021).

38. Сурганова, М. С. Использование квест-технологий в творческом пространстве антикафе - современной форме индустрии досуга / М. С. Сурганова, Е. В. Дольгирева // Среднее профессиональное образование. — 2019. — № 2. — С. 21-25. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37657840> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

39. Сухов, Р. И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций : учебник / Р. И. Сухов ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016. — 196 с. — ISBN 978-5-9275-2191-3. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493320> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

40. Сухов, Р. И. Формирование туристских кластеров в России : учебное пособие / Р. И. Сухов ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. — 177 с. — ISBN 978-5-9275-2567-6. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500089> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Унив. б-ка ONLINE», требуется авторизация.

41. Талюк, В. А. Инновационная деятельность в сфере туризма / В. А. Талюк, Г. С. Мараховская // Аллея науки. — 2020. — Т. 1, № 1(40). — С. 185-188. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42676961> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

42. Федоров, В. Н. Инновационно-территориальные кластеры как фактор развития креативно-событийного туризма (на примере субъектов ПФО РФ) / В. Н. Федоров, Г. С. Семенов, И. В. Тучина // Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России : сборник статей X Международной научно-практической конференции, Пенза, 17–18 июня 2020 г. / под ред. В. Н. Лазарева, Б. Я. Татарских. — Пенза, 2020. — С. 223-226. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43816737> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

43. Челбина, К. А. Технологии продвижения туристского продукта в сети интернет / К. А. Челбина // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. — 2020. — № 1. — С. 716-720. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42942677> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация. — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

44. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие / О. В. Шпырня. — Краснодар : Южный институт менеджмента ; Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78034.html> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

45. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/470240> (дата обращения: 04.06.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система.