

Академия туризма и международных отношений

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор АТиМО

Сорокин Ю.В.



**Стратегия и программа развития АТиМО
на 2017 – 2021 г.г.**

Екатеринбург, 2017

Содержание:

1. Стратегия развития Академии	3
2. Стратегия развития образовательной деятельности.....	4
3. Стратегия развития научной деятельности	4
4. Кадровая стратегия.....	5
5. Воспитательная работа студентов.....	5
6. Связь с работодателями.....	6
7. Развитие международной мобильности.....	6
8. Стратегия продвижения Академии	6
9. Модель Академии	7
10. Программа развития Академии	9
Глава 1. Анализ социально-экономического контекста и предпосылок развития Академии	10
1.1. Анализ состояния туристской отрасли, спорта в Российской Федерации и мире и задачи социально-экономического развития туризма и гостиничного бизнеса в России, в решении которых Академия.....	10
1.2. Анализ состояния, тенденций развития и основных проблем развития системы подготовки кадров для сфер туризма и гостиничного бизнеса.....	13
Глава 2. Потенциал и возможные угрозы для решения стратегических задач.....	17
2.1 Характеристика имеющегося потенциала Академии	17
2.2. Анализ сильных и слабых сторон Академии	20
Глава 3. Миссия, цель и задачи	23
3.1. Миссия Академии	23
3.2. Стратегическая цель развития.....	23
3.3. Задачи (направления) развития Академии	24
Глава 4. Мероприятия программы развития Академии	26
4.1 Мероприятия программы развития.....	26
Приложение № 1. Рейтинг мировых вузов по туризму и гостиничному бизнесу.....	30
Приложение № 2. Направления подготовки бакалаврских и магистерских программ в зарубежных вузах.....	33

Стратегия развития Академии туризма и международных отношений 2017- 2021

Г.

Наш девиз: «Учимся, путешествуя, открывая себя и мир».

Миссия Академии.

Академия в партнерстве с ключевыми компаниями готовит конкурентоспособных профессионалов для сферы туризма и гостиничного бизнеса, соответствующих международным стандартам.

Стратегическая цель развития.

Стратегической целью развития Академии на период до 2021 года является выход в лидеры по подготовке кадров для сферы туризма и гостиничного бизнеса в Российской Федерации и стать узнаваемыми на международном образовательном рынке.

Ключевая ценность Академии.

Ключевой ценностью Академии являются люди - студенты, их родители-заказчики обучения; выпускники; профессорско-преподавательский состав факультета, сотрудники Академии.

Стратегическое видение развития направлений деятельности Академии

Выбор приоритетных направлений развития Академии определен основными мировыми трендами, преобладающими сегодня в сфере туризма и гостиничного бизнеса, стратегическими задачами, стоящими перед отраслью в Российской Федерации, и в целом – преодоления кризисных явлений в экономике страны и регионов, потребностями страны в расширении профессиональных исследований, решения кадровых проблем предприятий и организаций, работающих в области туризма и гостиничного бизнеса.

Основные направления развития Академии нацелены на качественную подготовку кадров в сфере туризма и гостиничного бизнеса, в соответствии с современными требованиями к подготовке кадров в Российской Федерации.

1. Стратегия развития образовательной деятельности.

Основная идея стратегии развития образовательной деятельности: создание инновационного практико-ориентированного образовательного процесса с использованием интерактивных методов обучения, позволяющего студентам формировать собственную образовательную траекторию совместно или под заказ ведущих компаний. Внедрение проектного обучения и развитие самостоятельной работы студентов. Реализация образовательных программ в стратегическом партнерстве с ведущими российскими компаниями и международными ассоциациями.

Основными направлениями стратегии развития образовательной деятельности Академии являются:

- разработка собственных образовательных стандартов;
- введение новых образовательных программ;
- актуализация существующих образовательных программ согласно требованиям времени;
- создание инновационного практико-ориентированного образовательного процесса, позволяющего студентам формировать собственную образовательную траекторию;
- разработка межвузовских и межфакультетских образовательных программ-программ сетевого обучения;
- внедрение в Академии новых образовательных технологий;
- создание собственной системы качества, прохождение общественной профессиональной аккредитации и международной сертификации по менеджменту качества предоставляемых образовательных услуг Всемирной туристской организации;
- создание системы дополнительного образования для школьников, студентов; системы курсов повышения квалификации и переподготовки для специалистов отрасли.

2. Стратегия развития научной деятельности в Академии.

Основная идея: Академии - научно-исследовательский и консалтинговый центр.

Приоритетными направлениями научных исследований Академии являются следующие:

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации.
2. Системы управления туристскими и гостиничными объектами.

Основными направлениями стратегии развития научной деятельности Академии являются:

- развитие научной, экспертно-аналитической и инновационной деятельности;
- развитие международного научного сотрудничества.

3. Кадровая стратегия.

Основная идея: формирование эффективной талантливой команды сотрудников Академии, расширение сотрудничества с работодателями, общественными организациями и другими вузами. Основой кадровой стратегии являются:

- создание структуры Академии (Приложение № 4) и уровней подчиненности;

- создание регионального совета, в который бы вошли представители органов власти, курирующих туризм, представители туристско-информационных центров;
- увеличение доли представителей работодателей, докторов и кандидатов наук;
- привлечение профессорско-преподавательского состава со знанием английского языка к преподаванию в Академии;
- внедрение системы наставничества, междисциплинарного взаимодействия среди студентов и профессорско-преподавательским составом;
- обучение, переподготовка, повышение квалификации сотрудников факультета;
- участие в социальных программах региона.

4. Воспитательная работа студентов.

Идея: раскрытие творческого потенциала и возможности профессиональной самореализации студентов, создание атмосферы гостеприимства в Академии. Патриотическое воспитание молодежи, активное знакомство с туристским потенциалом России через организацию студенческих выездов, ознакомительных экскурсий, практик и стажировок.

Основными направлениями воспитательной работы являются:

- создание факультетских добровольных студенческих объединений- волонтерского центра, медиа-группы, туристского центра, студенческого сервисного отряда по типу студенческого строительного отряда;
- внедрение системы «социального зачета», поощрения активных студентов (рекомендательные письма декана, рейтинги лучших студентов, организация деловых завтраков с членами Делового и Регионального советов для лучших студентов);
- укрепление связей с выпускниками;
- организация регулярных выездов в область, другие регионы России для знакомства с туристским и спортивным потенциалом страны, расширение междуниверситетских обменов студентами в рамках учебных практик для очного знакомства с Россией;
- вовлечение студентов в активные занятия спортом, участие в волонтерских движениях и работа на крупных спортивных мероприятиях.

5. Связь с работодателями.

Основная идея: Академия - центр подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства региона.

Основные направления развития сотрудничества с работодателями:

- организация регулярной работы Делового совета в деятельности Академии;
- определение и включение в образовательный процесс стратегических партнеров для каждой образовательной программы;
- определение партнеров для сотрудничества в плане участия в образовательном процессе и по организации практического обучения студентов;
- активное участие в российских и международных профессиональных комитетах, сообществах и ассоциациях;
- создание механизма гарантированного трудоустройства выпускников через внедрение системы поэтапного вовлечения студентов в проектную деятельность совместно с компаниями- работодателями.

6. Развитие международной мобильности.

Идея: развитие международного сотрудничества, формирование стратегических образовательных альянсов, развитие не только импорт, но делая акцент на экспорт образовательных программ в Академию.

Основные направления развития международной мобильности:

- развитие международного сотрудничества с ведущими вузами мира в сфере туризма и гостиничного бизнеса в области программ двух дипломов, включенного обучения, обмена студентами и преподавателями;
- участие в международных ассоциациях по туризму;
- участие в крупных международных мероприятиях – конференциях, туристских выставках и иных событийных мероприятиях;
- формирование пула международных партнеров;
- вовлечение преподавателей и студентов в международные гранты, исследования и проекты;
- активное регулярное участие в крупнейших российских и международных выставках по туризму, спорту и гостиничному бизнесу;
- создание системы трудоустройства выпускников по всему миру.

7. Стратегия продвижения Академии.

Идея: формирование бренда Академии и активное его продвижение.

Основные мероприятия реализации стратегии продвижения Академии:

- активное регулярное участие в общероссийских и мировых рейтингах вузов, образовательных программ по туризму и гостиничному бизнесу;
- участие в работе профильных комитетов и рабочих комиссий региональных органах власти и в работе российских международных профессиональных ассоциациях;
- участие в профессиональных и образовательных российских и международных выставках;
- создание профориентационной системы работы со школьниками и студентами, организация и проведение образовательных, событийных и познавательных мероприятий для абитуриентов, включая поступающих на магистерские программы Академии;
- организация и проведение олимпиады для школьников;
- расширение присутствия факультета в социальных сетях, усиление медиа активности преподавателей и студентов факультета;
- мультязычное представление информационных материалов факультета, ведение сайта и аккаунтов в социальных сетях на русском и английском языках;
- создание системы дополнительного образования для школьников.

Модель развития Академии на 2017 – 2021 г.г.

Достижение поставленной стратегической цели позволит Академии к 2021 году стать одним из ведущих вузов страны по подготовке специалистов для сферы туризма и гостиничного бизнеса, нацеленным на подготовку конкурентоспособных специалистов, обладающих общекультурными, общепрофессиональными и

профессиональными компетенциями, соответствующих вызовам и постоянным изменениям времени.

Модель развития Академии, которую планируется достичь к 2021 году, характеризуется следующими ключевыми показателями.

Конкурентоспособный на международном рынке образовательный процесс:

1. существенное количество совместных образовательных программ с ведущими зарубежными и отечественными вузами и коммерческими организациями, в том числе: программы «двух дипломов», программ «включенного обучения», программ «сетевое обучения»; полный 100% охват обучающихся программами, реализуемыми совместно с работодателями;
2. создание международного образовательного стратегического альянса в Академии;
3. создание образовательных программ, реализуемых на английском языке;
4. создание базовых кафедр на предприятиях;
5. полная (100%) обеспеченность учебных дисциплин электронной поддержкой;
6. высокий уровень (95%) трудоустройства выпускников по специальности, полученной в Академии;
7. существенная доля иностранных студентов (5 %).

Востребованный в России уровень исследовательских и экспертно-аналитических работ:

8. объем научно-исследовательских и экспертно-аналитических работ в расчете на одного научно-педагогического работника (200 тыс. рублей);
9. количество статей за три года в научной периодике, индексируемой российскими и иностранными организациями, в том числе РИНЦ- 25; в Scopus- 3;
10. доля представителей работодателей 10%, докторов наук и кандидатов наук- не менее 80% от общей численности профессорско-преподавательского состава Академии.

Инновационная организационная структура и эффективная система управления:

11. высокая позиция Академии в рейтинге вузов, готовящих специалистов для сферы туризма и гостиничного бизнеса;
12. мобильная собственная система управления внутри Академии- кафедрами, иными структурными подразделениями, курсами повышения квалификации, международными отношениями;
13. собственная современная система мотивации и поощрения сотрудников Академии.

Выгодное сотрудничество и партнерство, усиливающее конкурентоспособное преимущество Академии:

14. участие в работе органов власти региона, международных профессиональных ассоциациях ; участие в российских профессиональных ассоциациях;

15. формирование образовательных стратегических альянсов согласно количеству образовательных программ Академии.

Программа Развития Академии до 2021 года.

Введение

Программа развития Академии туризма и международных отношений на период до 2021 года направлена на развитие вуза нового типа в системе высшего образования Российской Федерации. В течение обозначенного периода академии предстоит опередить конкурентов и достичь высшего уровня в России и стать узнаваемым в мире в ряде стран, стать центром профессионального образования в туризме и гостиничном бизнесе, способствовать повышению конкурентоспособности экономики туризма, страны в целом. Для этого Академии предстоит решить вопросы кадрового, методического, информационного обеспечения своей деятельности.

При разработке Программы были учтены требования нормативно-правовых актов, данные аналитических и методических документов в сфере образования и науки, в частности:

- Федерального закона об образовании от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»;
- Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;
- Стратегия и программа развития Академии до 2017 года.

Программа состоит из введения, четырех разделов и приложений.

Глава 1 содержит анализ внешних условий: анализ состояния туристской отрасли в Российской Федерации и мире, задачи социально-экономического развития туризма в Российской Федерации; анализ состояния подготовки кадров для сферы туризма и гостиничного бизнеса в мире и в России.

Глава 2 дается оценка сильных и слабых сторон академии, анализируются возможности и угрозы.

В главе 3 определены миссия, стратегическая цель развития, направления и ключевые подходы развития академии. Показаны модельные вузы для построения траектории стратегического развития и основные конкуренты.

В главе 4 предложены мероприятия, представляющие конкретные по срокам проекты и действия, обеспечивающие цели и решение обозначенных в Программе задач.

Глава 1. Анализ социально-экономического контекста и предпосылок развития академии

1.1. Анализ состояния туристской отрасли в Российской Федерации и мире и задачи социально-экономического развития туризма, спорта и гостиничного бизнеса в России, в решении которых может участвовать Академия

Современный туризм – важнейшая сфера жизнеобеспечения деятельности человека, направленная на восстановление и развитие его физических, духовных и интеллектуальных сил. Туризм способствует повышению духовности, формированию национальной идентичности, является важным звеном патриотического воспитания, выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия. Увидеть родную страну своими глазами, услышать, ощутить – важные функции туризма, они несут в себе большой гуманитарный потенциал.

Глобальность туризма и его влияние на социально-экономическое развитие позволяют утверждать, что в настоящее время он по структуре и содержанию представляет собой сложный межотраслевой комплекс.

По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в 2016 году было совершено 1 235 млн. международных туристских поездок. Ежегодный прирост прибытий за последние несколько лет составляет 4-5%. На туризм приходится 29% мирового экспорта услуг и 6% общего экспорта товаров. Туризм как статья экспорта занимает пятое место после нефти, продукции химической, пищевой и автомобильной отраслей промышленности, но находится на первом месте во многих развивающихся странах. К туристской отрасли относится каждое 11 рабочее место в мире.

Если раньше рост мировой экономики опережал темпы роста развития туризма, то в настоящее время темпы роста мирового туризма составляют до 5 % в год, в то время как рост мировой экономики – 2-3% в год, то есть туризм во многом стал фактором, способствующим развитию мировой экономики.

Туризм является сферой хозяйственной деятельности, активизирующей 53 отрасли народного хозяйства (транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, гостиничный бизнес, питание и другие отрасли).

При этом, зарубежный опыт показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта сфера деятельности, насколько она пользуется государственной поддержкой. В таких странах как Франция, Испания, Италия, Объединенные Арабские Эмираты, Турция, Греция, Египет и других туризм является бюджетообразующей отраслью. Вклад индустрии туризма в мировой ВВП – 9,5%, тогда как доля туризма в ВВП Российской Федерации составляет всего лишь 3,5%.

Во многом, это связано с тем, что предыдущие 20 лет туризм в России в основном воспринимался только как зарубежный отдых. По сути, он превратился в канал экспорта капитала. В то время как залогом успешного развития туризма в любой стране является устойчивый и растущий внутренний турпоток.

По данным Всемирного Банка с 1991 по 2016 год российскими туристами было вывезено из страны более 500 млрд. долларов. Только за 2013 год было вывезено 56 млрд. долларов; в 2014 году – 50 млрд. долларов. Во многом это было связано с недостаточно развитой туристской инфраструктурой и невысоким качеством предоставляемых туристских услуг.

Изменение структуры российского турбизнеса произошло к концу 2014 - началу 2015 года. На 40 % уменьшился спрос на выездной организованный туризм, и значительно увеличился внутренний турпоток, достигнув отметки 41,5 млн. поездок. При этом количество международных прибытий увеличилось на 16 %.

Это связано с рядом факторов. Прежде всего, вхождение Республики Крым и города федерального значения Севастополя в состав Российской Федерации, с большим успехом прошедшие в 2014 году зимние Олимпийские игры в Сочи и Универсиада в Казани вызвали небывалый рост патриотизма и интереса к родной стране.

Еще одной причиной, повлиявшей на рост внутреннего потока, стало удорожание отдыха за рубежом в результате падения курса рубля. Однако это позитивно повлияло на рост въездного потока - иностранным гостям стало выгодно путешествовать по России, приобретать товары и услуги по более низкой цене, чем уже активно пользуются многие иностранные туристы.

Нужно отметить, что в структуре экспорта Российской Федерации значительную долю составляет экспорт сырьевых товаров (нефть, газ, уголь и т.д.). Въездной же туризм для России представляет собой несырьевой экспорт услуг.

Важной особенностью туризма является то, что, будучи одним из источников обеспечения занятости и экономического роста, он выступает катализатором социально-экономического развития всех без исключения регионов Российской Федерации. То есть сглаживаются диспропорции в развитии российских регионов. Особенно важно это для направлений ранее не традиционных для туризма – моногородов, сельских поселений, северных территорий России, Сибири и Дальнего Востока.

Особое значение имеет внутренний и въездной туризм для развития малого и среднего бизнеса, в среднем на 1 вложенный рубль бизнес получает от 3 до 5 руб. прибыли.

В соответствии с федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская деятельность признана государством одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации.

Современный этап развития туризма связан с разработкой и реализацией единой стратегии развития туристско-рекреационного комплекса, превращения его в высокодоходную отрасль экономики страны.

Управление таким комплексом – сложнейшая задача, требующая координации на государственном уровне.

Эффективное развитие туристско-рекреационного комплекса позволит обеспечить социально-экономическое развитие регионов России в условиях нестабильности мировой экономики, колебания мировых финансовых рынков и цен на энергоносители; создать благоприятную конкурентную среду для инвесторов; повысить уровень материально-технического обеспечения туристской отрасли в соответствии с требованиями мирового туристского рынка и растущих потребностей туристов; повысить уровень научного сопровождения проектов туристско-рекреационных кластеров, решить проблему дефицита квалифицированных кадров в различных сегментах туристической отрасли повышения профессионального уровня и качества обслуживания.

Создание современных систем рекреации приведет к увеличению продолжительности жизни населения, усилению роли человеческого фактора во всех областях развития экономики и общества.

В этой связи задачи развития туризма и спорта в Российской Федерации все больше приобретают статус приоритетного направления развития экономики. Президентом страны поставлена задача повысить уровень ВВП в туризме до 10%. Вектор развития туризма в стране должен быть ориентирован на внутренний и въездной туризм. Для выполнения этой задачи важно учитывать туристский потенциал страны, развитие туристских территорий, инфраструктуры, формирование собственного туристского продукта и его продвижение на мировом рынке.

Для достижения этих целей необходимо решение целого ряда масштабных задач:

- исследование туристских ресурсов страны как исторических, культурных, так и людских и природных, их описание и создание реестра, выделение основных исторических, культурных, природных значимых объектов; исследование человеческих ресурсов для туризма, спорта и гостиничного бизнеса;
- изучение состояния туристской инфраструктуры, средств размещения, дорог, состояния авиа, железнодорожного, автобусного, автомобильного сообщения для туризма, прогнозы развития;
- исследование и прогнозирование развития туристских территорий с учетом социально-экономического состояния страны;
- исследование и прогнозирование развития туристских кластеров;
- развитие системы статистического учета в туризме;
- исследование и прогнозирование развития спортивной инфраструктуры;
- исследование и прогнозируемое развитие менеджмента спортивных команд;
- создание конкурентоспособного российского туристского продукта на мировом рынке;
- формирование механизмов продвижения российского туристского продукта на международный рынок;
- координация долгосрочного стратегического планирования во взаимосвязи с их ролью в достижении поставленных целей государственной политики;
- развитие малого и среднего предпринимательства в туризме и гостеприимстве;
- повышение предпринимательской и управленческой грамотности малого бизнеса;
- создание механизмов эффективного управления средствами размещения, спортивными объектами;
- повышение значимости человеческого капитала, обуславливающего развитие туризма и спорта в стране;
- совершенствование системы нормативно-правового регулирования в туризме.

Решение таких задач потребует от факультета кадрового и научно-методологического обеспечения. Именно в решении таких задач готов участвовать факультет.

1.2. Анализ состояния, тенденций развития и основных проблем развития системы подготовки кадров для сферы туризма и гостиничного бизнеса

Основным мировым трендом в системе подготовки кадров для туризма и гостеприимства становится глобализация. В связи с развитием международного туризма, информационных технологий, мир становится все глобальнее и вузы вынуждены быть интегрированы в международный образовательный процесс. Стремительное развитие новых технологий существенно влияет на скорейшее внедрение инноваций и в образовательное пространство. Высшие учебные заведения, которые готовят специалистов для туризма, должны быть более мобильными, гибкими и опережать развитие технологических процессов, что существенно влияет на конкурентоспособность вуза. Глобальные мировые процессы влияют уже не на то, что выбирает выпускник школы в настоящее время- бюджетные места, а интеграцию в мировое образовательное пространство. В мире осуществляется подготовка специалистов по онлайн программам, развиваются системы мобильности, сетевого взаимодействия.

Система подготовки кадров для сферы туризма в России получила развитие, начиная с 1993 г., в связи со стремительным ростом количества туристских фирм. В основном подготовка специалистов осуществлялась на уровне среднего специального образования для гостиничной и ресторанной сферы. Специализированное туристское высшее образование давалось лишь в Высшей школе профсоюзного движения при ВЦСПС, при "Интуристе", "Спутнике" и ВЦСПС имелись институты и иные учебные заведения для повышения квалификации своих сотрудников. В 1996 году подготовка кадров для туризма велась в 46 вузах, колледжах и техникумах. В настоящее время в РФ всего занимается подготовкой кадров для туристской и гостиничной отрасли 280 высших учебных заведений, в Москве 25. Основными высшими учебными заведениями, в которых давно и достаточно на высоком уровне ведется подготовка специалистов по туризму и гостиничному бизнесу, являются такие высшие учебные заведения, как: Московский государственный университет, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Российский государственный университет туризма и сервиса, Российский экономический университет им. Плеханова, Российский университет дружбы народов, Государственный университет управления, Российская международная академия туризма, Российский новый университет, Сочинский государственный университет, Санкт-петербургский государственный экономический университет.

Данные о подготовке кадров по схожим направлениям подготовки отражены в таблицах №1 и 2.

Таблица 1. Количество высших учебных заведений в РФ, которые осуществляют подготовку кадров для туризма и гостиничного бизнеса.

Образовательные программы	Всего в Российской Федерации	Всего в Москве
Туризм и гостиничный бизнес	280	25

Таблица 2. Основные вузы страны по подготовке кадров для сферы туризма и гостиничного бизнеса.

Направление подготовки	Высшие учебные заведения.
Туризм, гостиничный бизнес	МГУ, РАНХиГС, РМАТ, РГУТИС, РЭУ им. Плеханова, МГИИТ им. Сенкевича, Государственный университет управления, РУДН, РГГУ, РосНОУ

В данных вузах накоплен большой опыт подготовки кадров, многие уже достаточно давно присутствуют на рынке образовательных услуг в туризме. В связи с этим, перед факультетом стоит сложнейшая задача не просто предлагать лучшие образовательные программы, но и быть готовыми методически и организационно это сделать и предлагать студентам более насыщенные и практико-ориентированные программы международного уровня. Из проведенного анализа видно, что стоимость обучения самая дорогая в МГУ и Финансовом университете. Проанализированы программы подготовки в зарубежных вузах по туризму. Рейтинг зарубежных вузов представлен в приложении № 1.

Таким образом, для того, чтобы в стране стать вузом номер один по подготовке конкурентоспособных кадров для мирового рынка, необходимо следующее:

- создание инновационных практико-ориентированных образовательных программ, ориентированных на формирование у будущих специалистов сферы туризма, спорта и гостиничного бизнеса креативного-инновационного мышления глобального масштаба, выработка лидерских качеств и социальной ответственности, способности принимать решения в условиях неопределенности и риска;
- обеспечения качества подготовки специалистов для сферы туризма и гостиничного бизнеса для страны в целом, посредством реализации непрерывного образования, гарантирующего конкурентоспособный уровень компетентности обучаемых;
- формирование системы ответственности руководителей образовательных программ за подготовку конкурентоспособных специалистов;
- формирование команды преподавателей, владеющих самыми современными образовательными и информационными технологиями, способных преподавать в мультикультурной и мультилингвистической среде, наделенных исследовательскими навыками и сфокусированными на решении наиболее значимых задач российского бизнеса и государства;
- создание собственного научно-консалтингового центра, способного осуществлять исследования по вопросам туристского и гостиничного направлений;
- создание стратегических партнерств, которые будут вовлечены в образовательный процесс, участвовать в формировании образовательных программ и технологий обучения;
- формирование условий для развития международного сотрудничества.

Глава 2. Потенциал и возможные угрозы для решения стратегических задач.

2.1 Характеристика имеющегося потенциала Академии.

Одним из мощных потенциалов Академии является то, что она является единственным специализированным туристским вузом в Уральском регионе, имеющей огромный опыт подготовки кадров, отличную инфраструктуру.

По состоянию на 1.03.2017 года в Академии проведена большая работа по созданию стратегии развития, по узнаваемости бренда Академии.

Основными достижениями факультета можно назвать следующие:

Вхождение в состав комиссий региональных государственных органов власти и российских и региональных ассоциаций:

- координационный совет по развитию туризма при Администрации города Екатеринбурга;
- Торгово-промышленная палата Свердловской области - комитет по туризму и предпринимательству;
- координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в Свердловской области при Губернаторе Свердловской области;
- Российской гостиничной ассоциации;
- Уральской ассоциации туризма.

Академия стала членом Всемирной туристской организации, все мероприятия Академии могут проводиться под брендом Всемирной туристской организации.

Организация учебного процесса:

- внедрение в образовательный процесс инновационных выездных занятий на туристские объекты;
- проведение мастер-классов представителями работодателей;
- использование интерактивных познавательных-поисковых и проектных методов преподавания.

Научная работа в Академии:

- участие в международных конференциях, семинарах, круглых столах;
- проведена студенческая конференция «Квартальновские чтения»;

- проведен круглый стол «Перспективы развития российско-китайского туризма»

Международное сотрудничество:

- участие в международных конференциях в Китае, Испании, Германии, в том числе с докладом в Китае;
- участие в выставках по туризму в Мадриде Fitur и в Берлине ITB совместно со студентами;
- посещение штаб-квартиры Всемирной туристской организации, проведение мастер-классов для студентов экспертами Всемирной туристской организации;
- проведение переговоров с вузами о международном сотрудничестве (более чем с 10), согласование совместных программ;
- чтение лекций в Черногории в международном институте туризма и гостеприимства.

Работа со студентами:

- создание научного студенческого общества, студенческого совета, команды волонтеров, медиа- группы, туристского клуба;
- организация встреч с представителями турбизнеса;
- посещение событийных мероприятий по туризму;
- организация выездов на туристские и спортивные объекты;
- участие в выставках по туризму;
- организованы и проведены студенческие конференции.

Продвижение факультета:

- создана собственная медиагруппа;
- создана и активно работает страница в фейсбуке;
- создана и работает группа в контакте;
- сотрудники факультета и студенты приняли участие в крупнейших выставках по туризму «Интурмаркет», на выставках «Митт», «ITB» в Берлине на стендах компаний и России, также студенты активно работали волонтерами на данных выставках;
- сотрудники университета и студенты приняли участие в ряде конференций по туризму;
- проведены переговоры о сотрудничестве с рядом российских и зарубежных вузов;
- приняли участие в ряде международных научных конференциях;
- активное участие в Днях открытых дверей.

2.2. Анализ сильных и слабых сторон Академии

Проведен анализ сильных и слабых сторон Академии на внутреннем и внешнем рынках, который представлен в таблице № 5.

Таблица № 5.

<p>Сильные стороны на внешнем рынке:</p> <ul style="list-style-type: none">- наличие узнаваемого бренда Академии;- разнообразные направления подготовки в Академии- взаимодействие с разными вузами;- связь с бизнесом;- связь с властью;- членство в различных ассоциациях, советах и т.д.	<p>Сильные стороны на внутреннем рынке:</p> <ul style="list-style-type: none">- сотрудники и преподаватели Академии - люди - практики;- мобильные;- большие личные контакты сотрудников Академии с представителями власти и бизнеса;- сотрудники Академии - члены различных координационных советов;
<p>Слабые стороны на внешнем рынке:</p> <ul style="list-style-type: none">- большое количество вузов с аналогичными специальностями - 280 в стране и 25 в Москве;- наличие специализированных вузов в стране по направлениям подготовки, которые работают в данных сферах более 30 лет;- малый объем практического обучения на 1 курсе;- отсутствие программ двух дипломов на всех направлениях подготовки;- не разработаны программы вечернего обучения;- нет всех профильных классов;	<p>Слабые стороны на внутреннем рынке:</p> <ul style="list-style-type: none">- недостаточно разработана структура – четко прописанных взаимодействий кафедр с деканатом;- не до конца проработаны учебные планы под международные программы;- отсутствие возможности создания собственной системы мотивации персонала ;

В результате работы над Стратегией развития Академии были выявлены возможные угрозы и возможности, которые необходимо усилить и использовать.

Возможные угрозы:

- потеря абитуриентов на платное обучение (трудно набрать студентов потеря части абитуриентов за счет того, что на международный и национальный туризм четыре вступительных испытания, а не три как во всех вузах страны, необходимо иметь одну образовательную программу по туризму, поступление на которую бы предусматривало три вступительных испытания;
- возможна потеря имиджа среди работодателей и абитуриентов (если не будет пересмотрена система практического обучения в ближайшее время);
- потеря абитуриентов из- за того, что в настоящее время не преподают «звездные» практики.

Возможности:

- грамотное использование имиджа Академии для привлечения абитуриентов из Москвы и регионов;
- работа со школьниками для привлечения абитуриентов из других регионов;
- организация партнерства с солидными бизнес-компаниями, участие в деятельности общественных структур власти по туризму;
- использование инфраструктуры Академии для организации более технически выстроенного образовательного процесса (проведение занятий по предметам профиля в компьютерных классах, приобретение компьютерных программ по туризму и т.д);
- привлечение работодателей к образовательному процессу;
- создание базовой кафедры от бизнес-компаний;
- создание инновационного предприятия- туристской фирмы.

Конкурентоспособными могут быть только следующие образовательные программы:

- программы двух дипломов;
- программы, которые частично или полностью реализуются на иностранных языках;
- программы, которые соответствуют требованиям работодателей в новых экономических и стратегических условиях России (ориентация на рынок въездного и внутреннего туризма, ориентированных на конкретные виды туризма, на технологичность в реализации образовательных программ);
- только практико-ориентированные программы;
- программы, которые осуществляются в партнерстве с серьезными бизнес-компаниями.

Глава 3. Миссия, цель и задачи

3.1. Миссия Академии

Миссия: Академия в партнерстве с ключевыми компаниями готовит конкурентоспособных профессионалов для сферы туризма и гостиничного бизнеса, соответствующих глобальным вызовам времени.

Ключевая ценность Академии: люди- студенты, их родители- заказчики обучения; выпускники; профессорско-преподавательский состав Академии, сотрудники.

Академия привержена **принципу «Непрерывное обучение в течение всей жизни»**, подготовка специалистов туристского и гостиничного профилей на протяжении всего их жизненного пути **с использованием практико-ориентированного обучения с возможностью формирования собственной образовательной траектории в сотрудничестве с глобальными компаниями.**

Академия - научно-исследовательский и консалтинговый центр. Это центр передовых знаний о туризме и гостиничном бизнесе, который выступает экспертом, воспроизводит и распространяет знания.

Академия – это вуз, обучение в котором направлены на гармонизацию отношений различных стран и культуры посредством толерантности и взаимного уважения.

Сотрудник и выпускник Академии - патриот своей страны, подготовленный с высоким уровнем культуры, эрудиции и морально-нравственных качеств.

Академия – это талантливая и целеустремленная команда преподавателей и студентов, сочетающих такие черты корпоративной культуры, как креативность, солидарность, партнерство преподавателей, студентов и выпускников.

3.2. Стратегическая цель развития.

Стратегической целью развития Академии на период до 2021 года является выход в лидеры по подготовке кадров для сферы туризма и гостиничного бизнеса в Российской Федерации и стать узнаваемыми на международном образовательном рынке.

Стратегическое видение направлений деятельности Академии:

Выбор приоритетных направлений развития Академии определен основными мировыми трендами, преобладающими сегодня в сфере туризма и стратегическими задачами, стоящими перед отраслью в Российской Федерации, и в целом – преодоления кризисных явлений в экономике страны и регионов, потребностями страны в расширении профессиональных исследований, решения кадровых проблем предприятий и организаций, работающих в области туризма и гостиничного бизнеса.

Основные направления развития академии нацелены на качественную подготовку кадров в сфере туризма и спорта в соответствии с современными требованиями к подготовке кадров в Российской Федерации.

3.3. Задачи (направления) развития Академии

Достижение обозначенной цели предполагает решение следующих задач:

- **модернизация образовательного процесса,** включающая в себя разработку новых образовательных программ международного уровня, актуализацию существующих образовательных программ согласно международным

требованиям, внедрение инновационного модульного практико-ориентированного обучения в партнерстве с бизнес-компаниями, развитие международного сотрудничества и сетевого взаимодействия;

- **модернизация научно-исследовательского процесса и инновационной деятельности**, предусматривающая создание исследовательского центра и создание системы экспертной оценки состояния туристской отрасли, развитие инновационной деятельности и международного научного сотрудничества;
- **развитие кадрового потенциала**, обуславливающего привлечения специалистов от работодателей, международных специалистов, создание системы мотивации в академии;
- **развитие воспитательного процесса**, формирующего креативного, конкурентоспособного выпускника академии, готового к решению профессиональных задач соответствующих вызовам времени
- **развитие международного сотрудничества**, включающего в себя развитие международных образовательных программ, программ обмена студентами, преподавателями, участия в международных событийных мероприятиях;
- **создание системы партнерства с работодателями**, привлекая их к стратегическому партнерству в руководстве образовательными программами, организации сотрудничества по участию в образовательном процессе;
- **увеличение узнаваемости и создание системы продвижения** академии, включая работу с внешними организациями, со школьниками и их родителями и международными организациями.

3.4. Модельные вузы

В качестве модельных вузов для построения траектории стратегического развития Академии выбраны следующие зарубежные университеты:

- School of Hotel Administration Cornell University USA (Топ 1 по профилю);
- Les Roches International School of Hotel Management Switzerland;
- Glion Institute of Higher Education Switzerland;
- Hotelschool The Hague;
- Oxford School of Hospitality Management, UK;
- IHTTI School of Hotel Management, Switzerland - EDUSTEPS Partner University;
- Hong Kong Polytechnic University's School of Hotel and Tourism Management;
-

В качестве вузов, предлагающих конкурентные образовательные услуги по направлениям подготовки академии, для построения траектории стратегического развития выбраны следующие отечественные университеты:

- Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова;
- Федеральное государственное образовательное автономное учреждение высшего профессионального образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ);

- Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС);
- Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Российский государственный университет туризма и сервиса.

Глава 4. Мероприятия программы развития Академии туризма и международных отношений

4.1 Мероприятия программы развития

Для конкретизации предложенных стратегических инициатив разработаны следующие мероприятия, структурированные согласно задачам.

Задача 1. Модернизация образовательного процесса
Мероприятие 1.1 Разработка образовательных программ нового поколения, сопряженных с профессиональными стандартами
Совершенствование собственного образовательного стандарта по направлению «Туризм»
Разработка новых образовательных программ совместно с международными партнерами: бакалаврских программ «Международный туризм» (подготовка специалистов со знанием английского языка, подготовка специалистов со знанием китайского языка, подготовка специалистов со знанием испанского языка), рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, рекреация и спортивно-оздоровительный туризм,
Актуализация существующих образовательных программ
Формирование системы прохождения практики студентами вуза на практической базе деловых партнеров факультета
Разработка образовательной программы для ускоренного обучения по направлению подготовки «туризм»
Разработка дополнительных профессиональных программ для студентов университета
Разработка дополнительных профессиональных программ по заказам Министерств, федерального агентства по туризму, служб и регионов
Разработка дополнительных профессиональных программ для бизнеса
Разработка программ дополнительного обучения для школьников
Прохождение общественной профессиональной аккредитации

Прохождение аккредитации по международной системе качества Всемирной туристской организации
Создание базовой кафедры
Мероприятие 1.2. Развитие новых образовательных технологий
Развитие системы модульного практико-ориентированного обучения студентов
Внедрение новой системы практического обучения: организация практического обучения на первом курсе в виде рассосредоточенного практического обучения в виде ознакомительной практики в течение года-посещения предприятий сферы туризма и гостеприимства, на втором курсе в виде участия в туристских выставках, на третьем курсе длительной выездной технологичной практики, на четвертом курсе в виде научно-исследовательской и преддипломной практики.
Распространение активных и интерактивных форм учебной работы с обеспечением методических рекомендаций
Наполнение образовательного портала современным учебно-методическим обеспечением
Разработка системы самостоятельной работы студентов с обеспечением методическими рекомендациями
Разработка проектно-исследовательской системы обучения с обеспечением методическими рекомендациями
Внедрение элементов дистанционного формата обучения
Подготовка и запуск дополнительных профессиональных программ в дистанционной форме обучения
Развитие системы оценивания качества обучения
Развитие системы руководства и ответственности руководителя образовательной программы за качество подготовки выпускников
Внедрение информационных технологий в образовательный процесс
Разработка модулей учебного курса от работодателей
Внедрение и проведение учебных модулей на предприятиях
Работа над созданием электронных учебников
Введение системы тьюторства- руководства индивидуальными образовательными траекториями для студентов, обучающихся по индивидуальному плану
Мероприятие 1.3. Развитие сетевого обучения и международного сотрудничества
Создание сетевых образовательных программ: по направлению «Туризм» - гостиничный бизнес совместно с ведущими вузами страны и гостиничными мировыми цепями;
Заключение договоров о сетевом взаимодействии с российскими вузами.
Разработка магистерских программ совместных
Разработка образовательной программы «Международный туризм» на английском языке
Развитие программ «двух дипломов»
Развитие программ «включенного обучения»
Развитие программ академической мобильности студентов, отправление

студентов в ведущие мировые университеты не менее, чем 10% от численности студентов факультета
Развитие программы «приглашенные профессора» из ведущих университетов мира, зарубежных представителей власти
Организация лекций, семинаров, тренингов, кейс-стади, мастер-классов, проводимых приглашенными профессорами зарубежных вузов и зарубежными представителями власти
Прием на обучение иностранных граждан
Проведение олимпиады для иностранных абитуриентов
Организация межфакультетского курсового проектирования, дипломного проектирования
Задача 2. Модернизация научной и инновационной деятельности
Мероприятие 2.1. Развитие научных исследований
Участие в приоритетных направлениях научных исследований Академии
Участие в госзаказах по научным исследованиям
Участие в публикациях в сети других университетских изданий
Работа над созданием собственного научного сборника
Разработка и реализация плана ежегодного участия ученых академии в международных научных мероприятиях, российских научных мероприятиях
Развитие системы привлечения студентов к научной инновационной деятельности
Проведение ежегодной научной конференции по туризму международного уровня и одной конференции российского уровня
Проведение ежегодных студенческих конференций по туризму, будущее туризма, участие в фестивале науки, мнск
Проведение круглых столов по актуальным вопросам туризма
Мероприятие 2.2. Развитие научной, экспертно-аналитической и инновационной деятельности
Активизация научных исследований и публикаций по приоритетным направлениям развития Академии за три года не менее чем 30 в РИНЦ и 3 в Scopus
Участие в общегородских мероприятиях
Увеличение доходов от НИР на долю НИР
Участие в качестве экспертов и оказание консалтинговых услуг предприятиям
Мероприятие 2.3. Развитие научного сотрудничества
Установление долгосрочных партнерских отношений с зарубежными вузами
Увеличение числа выигранных международных грантов
Осуществление совместных научных исследований с зарубежными партнерами
Активизация работы с зарубежными партнерами по написанию монографий
Разработка и реализация мер по продвижению публикаций трудов в международных признанных изданиях.
Задача 3. Укрепление кадрового потенциала и структура Академии

Мероприятие 3.1. Создание структуры академии
Создание международной школы туризма и гостиничного бизнеса
Создание кафедры Юнеско «Устойчивый туризм для развития туристских территорий»
Создание консалтингового центра
Создание базовой кафедры в отеле и в туроператорской компании
Создание бизнес-инкубатора
Создание туристской фирмы
Мероприятие 3.2. Кадровое обновление и привлечение лучших отечественных и зарубежных преподавателей, исследователей и практиков
Приглашение на работу авторитетных практиков для ведения педагогической и исследовательской работы
Приглашение на работу молодых преподавателей, владеющих иностранными языками
Приглашение иностранных преподавателей
Развитие системы нематериального стимулирования работников
Мероприятие 3.3. Поддержка и стимулирование профессионального роста научно-педагогических работников
Совершенствование собственной системы премирования в Академии. Возможность влиять на мотивацию сотрудников
Разработка программ лояльности сотрудников
Создание системы повышения квалификации
Развитие международной академической мобильности преподавателей
Участие преподавателей в повышении квалификации по информационным технологиям
Повышение языковой квалификации нпр с целью более активного участия в международном сотрудничестве
Мероприятие 3.4. Создание системы работы с талантливой молодежью и сообществом выпускников
Разработка мероприятий по привлечению контингента
Разработка олимпиады на факультете для школьников
Создание системы профориентационной работы со школьниками
Проведение выездной школы по туризму для школьников в школьные каникулы на тур базе
Создание системы дополнительного образования для школьников
Проведение мастер-классов для школьников совместно с работодателями
Разработка стипендии от представителей бизнеса
Разработка механизма привлечения в магистратуру
Совершенствование процесса трудоустройства и развития карьеры студентов и выпускников
Создание системы стажировок для студентов с целью их последующего трудоустройства
Создание единой системы трудоустройства
Задача 4. Модернизация воспитательной работы студентов

Мероприятие 4.1. Создание структуры управления общественными студенческими организациями
Модернизация студенческого совета
Модернизация научного студенческого общества и организация работы
Создание группы волонтеров
Создание медиагруппы
Создание группы турлидеров
Мероприятие 4.2. Участие в межвузовских мероприятиях
Привлечение студентов к участию в межвузовских мероприятиях
Мероприятие 4.3. Поддержка студенческих мероприятий
Организация студенческих событийных мероприятий
Разработка системы мер поощрения студентов за активную студенческую работу
Мероприятие 4.4. Участие в мероприятиях туристской отрасли
Создание графика участия студентов и их привлечение к участию в конференциях по туризму, спорту и гостиничному бизнесу, проводимых органами власти и бизнесом
Создание графика участия студентов и их привлечение к участию в туристских выставках в России и за рубежом
Мероприятие 4.5. Экскурсионно-познавательная деятельность
Организация экскурсий в отели
Организация экскурсионных поездок по стране и за рубеж
Организация посещения спортивных и событийных объектов
Мероприятие 4.6. Партнерство с предприятиями туризма
Организация встреч студентов с представителями турбизнеса, спорта и гостиничного бизнеса
Организация встреч студентов с международными представителями туристской отрасли
Мероприятие 4.7. Создание системы поощрения студентов
Создание системы поощрения студентов
Разработка системы мер нематериального поощрения студентов
Ознакомление студентов и стимулирование студентов к возможности получения повышенной именной стипендии
Проведение конкурсов от работодателей с целью получения стипендий студентами от работодателей
Проведение конкурсов среди студентов дипломных работ от работодателей
Проведение конкурсов для студентов с получением призов от работодателей
Создание системы значимости рекомендательного письма от декана, выпускающей кафедры, ректора академии
Задача 5. Модернизация взаимодействия с работодателями
Мероприятие 5.1. Развитие стратегического партнерства с работодателями
Создание Делового совета Академии, в который входят представители бизнеса- ведущие компании
Определение стратегических партнеров для совместной реализации

образовательных программ
Определение партнеров для участия в реализации образовательных программ
Определение международных стратегических партнеров
Мероприятие 5.2. Участие в комитетах государственных органах власти. В ведущих российских и международных профессиональных ассоциациях
Определение общественных организаций для участия в них
Вхождение в комитеты органов власти по туризму, в профессиональные ассоциации сотрудниками Академии и общественная работа в них
Вступление Академии в профессиональные ассоциации российского и международного уровня
Мероприятие 5.3. Участие работодателей в системе поощрения студентов
Проведение конкурсов от работодателей с целью получения стипендий студентами от работодателей
Проведение конкурсов среди студентов дипломных работ от работодателей
Проведение конкурсов для студентов с получением призов от работодателей
Организация ярмарок вакансий для студентов
Приглашение студентов для прохождения практики с возможностью последующего трудоустройства
Мероприятие 5.4. Организация участия работодателей в мероприятиях
Совместное проведение научных конференций
Проведение мастер-классов для студентов
Участие работодателей в мероприятиях Академии
Участие работодателей в проектной деятельности студентов
Организация сотрудничества с компаниями, которые занимаются трудоустройством на работу
Задача 6. Развитие международной мобильности
Мероприятие 6.1. Участие в деятельности международных организаций и ассоциаций
Определение участия в международных организациях и ассоциациях преподавателей
Определение участия университета, факультета в международных организациях и ассоциациях
Организация приема делегаций в академию международных организаций, дипломатических миссий
Мероприятие 6.2. Сотрудничество с вузами мира в части образовательной деятельности
Заключение договоров о международном сотрудничестве с вузами
Разработать программу международного сотрудничества- программу двух дипломов, включенного обучения, сетевого взаимодействия, обмена преподавателями и студентами
Разработать программу приема иностранных студентов на краткосрочные модули
Разработать образовательные программы, реализуемые на английском языке
Определить количество студентов, которые могут уезжать по программам

академической мобильности
Организация приглашения профессоров из зарубежных вузов, которые могут читать лекции
Мероприятие 6.3. Сотрудничество с зарубежными вузами в плане научной деятельности
Увеличение числа выигранных международных грантов
Осуществление совместных научных исследований с зарубежными партнерами
Активизация работы с зарубежными партнерами по написанию монографий
Разработка и реализация мер по продвижению публикаций трудов в международных признанных изданиях.
Мероприятие 6.4. Участие в крупных событийных мероприятиях по направлениям подготовки Академии и проведение международных мероприятий
Создать график и принять участие в международных научных мероприятиях
Создать график и принять участие в выставках по туризму и мероприятиях в рамках выставок
Разработать план проведения международных научных конференций и организовать международные конференции
Разработать план проведения международного студенческого фестиваля и провести
Задача 7. Организация и формирование системы продвижения
Мероприятие 7.1. Организация работы с абитуриентами
Разработка мероприятий по привлечению контингента
Разработка олимпиады на факультете для школьников
Создание системы профориентационной работы со школьниками
Проведение выездной школы по туризму для школьников в школьные каникулы на базе
Создание системы дополнительного образования для школьников
Проведение мастер-классов для школьников совместно с работодателями
Разработка стипендии от представителей бизнеса
Разработка механизма привлечения в магистратуру
Проведение олимпиады для иностранных абитуриентов
Мероприятие 7.2. Участие в работе выставок
Организовать участие в выставках по образованию
Организовать участие с собственным стендом в выставках по туризму
Организовать участие в выставках по туризму за рубежом
Мероприятие 7.3. Работа с информационными носителями
Создание привлекательной страницы сайта академии
Создание страницы сайта на английском языке
Создание рабочей страницы в фейсбуке и размещение новостей в данной странице
Создание информационной группы в контакте и организация постоянной работы с группой

Создание собственной электронной газеты
Мероприятие 7.4. Работа со школами
Посещение школ по графику
Создание ряда событийных мероприятий для школьников
Проведение мастер-классов для учителей школ по туризму
Мероприятие 7.5. Участие в комитетах органов власти, профессиональных ассоциациях, международных организациях
Определение общественных организаций для участия в них
Вхождение в комитеты органов власти по спорту и туризму, в профессиональные ассоциации сотрудниками академии и общественная работа в них
Вступление Академии в профессиональные ассоциации российского и международного уровня

Приложение № 1. Рейтинг мировых вузов по туризму и гостиничному бизнесу.

Top 50 Hospitality And Hotel Management Schools In The World, 2015 – A Selection Of The World’s Best Places To Start A Hospitality Career.

1. School of Hotel Administration, Cornell University (Ithaca, NY), USA
2. William F. Harrah College of Hotel Administration, University of Nevada at Las Vegas (Las Vegas, NV), USA
3. The School of Hospitality Business, Michigan State University, USA
4. Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), Switzerland
5. Rosen College of Hospitality Management, University of Central Florida (Orlando, FL), USA - EDUSTEPS Partner University
6. Les Roches International School of Hotel Management, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
7. Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management, University of Houston, USA
8. Fritz Knoebel School of Hospitality Management at the Daniels College of Business, University of Denver, USA
9. Glion Institute of Higher Education, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
10. Stout School of Hospitality Leadership, University of Wisconsin, USA
11. International School of Hospitality and Tourism Management, Fairleigh Dickinson University, USA - EDUSTEPS Partner University
12. Hotelschool The Hague, The Netherlands
13. Oxford School of Hospitality Management, UK

14. School of Hotel & Restaurant Management at the W. A. Franke College of Business, Northern Arizona University, USA
15. The Department of Hospitality and Tourism Management at the Pamplin College of Business, Virginia Tech, USA
16. Les Roches Marbella International School of Hotel Management, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
17. Ecole Hôtelière de Genève, Switzerland
18. College of Human Environmental Sciences, University of Alabama, USA
19. Department of Hospitality and Tourism Management at the Isenberg School of Management, University of Massachusetts Amherst - EDUSTEPS Partner University
20. School of Hospitality Management, Pennsylvania State University, USA
21. School of Hospitality Business Management, Washington State University, USA
22. International Hospitality Management School Vatel, France
23. School of Hotel and Restaurant Administration at the Oklahoma State University, USA
24. César Ritz Colleges, Brig Campus, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
25. Johnson & Wales University's Hospitality College, UK
26. Collins College of Hospitality Management, California State Polytechnic, USA
27. Center for Hospitality and Sport Management at the Drexel University
28. Cecil B. Day School of Hospitality Administration, J. Mack Robinson College of Business at Georgia State University, USA
29. Kendall College School of Hospitality Management, USA - EDUSTEPS Partner University
30. Dedman School of Hospitality, Florida State University, USA
31. College of Merchandising, Hospitality, and Tourism, University of North Texas, USA
32. School of Tourism and Hospitality Management, Temple University, USA
33. Chaplin School of Hospitality and Tourism Management, Florida International University, USA - EDUSTEPS Partner University
34. Culinary Arts, Hospitality, Dietetics & Nutrition Division, University of Alaska Anchorage, USA
35. Institute of Hotel Management (IHM) Chennai, India
36. IHTTI School of Hotel Management, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
37. University School of Hotel Management and Tourism (CETT)
38. The Emirates Academy of Hospitality Management (EAHM), Dubai - EDUSTEPS Partner University
39. IMI International Management Institute - EDUSTEPS Partner University
40. Welcomgroup Graduate School of Hotel Administration (WGSHA) – Manipal
41. Blue Mountains International Hotel Management School (BMIHMS), Australia - EDUSTEPS Partner University
42. European International College (EIC) Abu Dhabi
43. Hotel Institute Montreux, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
44. BHMS Business and Hotel Management School, Switzerland - EDUSTEPS Partner University
45. School of Hospitality and Tourism Management at the University of Surrey - EDUSTEPS Partner University
46. The Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH)
47. SAIT Polytechnic – School of Hospitality and Tourism, Canada

48. Les Roches Jin Jiang, China - EDUSTEPS Partner University
 49. The International Hotel School
 50. Hong Kong Polytechnic University's School of Hotel and Tourism Management

Приложение № 2. Направления подготовки бакалаврских и магистерских программ в зарубежных вузах.

Образовательные программы - бакалаврские	Образовательные программы – магистерские.
Управление гостиничным и туристским бизнесом	Бизнес-администрирование в гостиничном бизнесе
Управление предприятиями в индустрии гостеприимства	Международный гостиничный сервис(менеджмент)
Международный бизнес в индустрии туризма и гостиничного менеджмента	Маркетинг и инновации в гостиничном бизнесе
Международный бизнес	Международный туризм: экономика и коммуникации
Глобальная электронная коммерция	Управление отдыхом
Стратегия маркетинга и недвижимость	Магистратура в области маркетинга туризма и управления доходами
Маркетинг дестинаций	Магистратура по устойчивому туризму
Стартап в туризме	Управление отелем
Международный гостиничный бизнес	Международный туризм и гостеприимство
Событийный, спортивный и развлекательный менеджмент	Туризм и события
Бакалавриат в международном гостиничном и desing менеджменте	Деловой и событийный туризм
Гостиничный и событийный менеджмент	Исследования в туризме
Гостиничный менеджмент и человеческие ресурсы	Управление бизнесом в сфере туризма
Бизнес администрирование в событийном, развлекательном менеджменте	Международный туристский бизнес
Туризм и событийный менеджмент	Устойчивый туризм и управление территориями
Инновации и управление в сфере туризма	Управление в культурном туризме
	Управление обслуживанием и логистикой
	Международный отдых
	Управление бизнес-туризмом и событиями
	Международный маркетинг туризма и событий
	Управление бизнесом в гостеприимстве, спорте и туризме
	Электронный туризм: стратегии маркетинга онлайн
	Событийный менеджмент
	Управление туристским и гостиничным бизнесом

