

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Управление: Управление образовательной деятельности

Направление подготовки: 27.04.05. Инноватика

ООП: Инноватика высшего образования

Отделение школы (НОЦ): Учебно-научный центр «Организация и технологии высшего профессионального образования»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема работы
Научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения на мировую арену консорциума «Большой университет Томска»

УДК – 659.44:659.126:378.4.014.25-025.27(571.16)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ93	Полонская Марина Сергеевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор отделения социально- гуманитарных наук	Лойко Ольга Тимофеевна	д.ф.н, профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент УНЦ ОТВПО	Гиниятова Елена Владимировна	к.филос.н., доцент		

По разделу, выполненному на иностранном языке

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент УНЦ ОТВПО	Горянова Любовь Николаевна	к. филол.н, доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Руководитель УНЦ ОТВПО	Похолков Юрий Петрович	д.т.н, профессор		

Томск – 2023 г.

**Планируемые результаты обучения по ООП направление «инноватика»
27.04.05
профиль «инноватика высшего образования»**

од	Результат обучения
Общие по направлению подготовки	
1	Производить оценку экономического потенциала инновации и затрат на реализацию научно-исследовательского проекта, находить оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности, выбирать или разрабатывать технологию осуществления и коммерциализации результатов научного исследования.
2	Организовать работу творческого коллектива для достижения поставленной научной цели, находить и принимать управленческие решения, оценивать качество и результативность труда, затраты и результаты деятельности научно-производственного коллектива, применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов, выбрать или разработать технологию осуществления научного исследования, оценить затраты и организовать его осуществление, выполнить анализ результатов, представить результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке.
3	Руководить инновационными проектами, организовать инновационное предприятие и управлять им, разрабатывать и реализовать стратегию его развития, способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ.
4	Критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития.
5	Руководить практической, лабораторной и научно-исследовательской работой студентов, проводить учебные занятия в соответствующей области, способность применять, адаптировать, совершенствовать и разрабатывать инновационные образовательные технологии.
9	Использовать абстрактное мышление, анализ и синтез, оценивать современные достижения науки и техники и находить возможность их применения в практической деятельности.
10	Ставить цели и задачи, проводить научные исследования, решать задачи, возникающие в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности, в том числе, выбирать метод исследования, модифицировать существующие или разрабатывать новые методы, способность оформить и представить результаты научно-исследовательской работы в виде статьи или доклада с использованием соответствующих инструментальных средств обработки и представления информации.
11	Использовать творческий потенциал, действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.
12	Осуществлять профессиональную коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности на основе истории и философии нововведений, математических методов и моделей для управления инновациями, компьютерных технологий в инновационной сфере, руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, публично выступать и отстаивать свою точку зрения.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.04.05 «Инноватика»
Профиль инноватика высшего образования

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП
Ю.П. Похолков
(Ф.И.О.)

_____ (Подпись) _____ (Дата)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

магистерской диссертации

Студенту:

Группа	ФИО
ЗНМ13	Полонской Марине Сергеевне

Тема работы:

Научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения на мировую арену консорциума «Большой университет Томска»	
Утверждена приказом проректора по ОД (дата, номер)	№ 159-35/с от 08.06.2023

Срок сдачи студентом выполненной работы:	07.06.2023г.
--	--------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).	Объект исследования – туризм
---	------------------------------

<p style="text-align: center;">Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки и техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • на основе анализа научных источников сформулировать понятие научно-образовательного туризма; • выявить основные тренды в развитии научно-образовательного туризма; • обосновать роль и значение научно-образовательного туризма как ресурса развития консорциума «Большой университет» • разработать пилотный проект продвижения научно-образовательного туризма в регионе .
--	---

<p>Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)</p>	<p>Таблица 1. Доля иностранных студентов Таблица 2. Аспиранты, очная форма ТПУ Таблица 3. Диаграмма «Перевернутый класс» Рисунок 1. Прием аспирантов Рисунок 2. Доля иностранных студентов Рисунок 3. Молодежные мероприятия Рисунок 4. Молодежные олимпиады</p>
--	---

<p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)</p>	
<p>Раздел</p>	<p>Консультант</p>
<p>Социальная ответственность</p>	<p>Гиниятова Елена Владимировна</p>
<p>Раздел на иностранном языке</p>	<p>Горянова Любовь Николаевна</p>
<p>Тема ВКР, введение</p>	<p>Похолков Юрий Петрович</p>
<p>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</p>	
<p>1. Социальная ответственность.</p>	

<p>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</p>	<p>13.03.2023</p>
--	-------------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<p>Профессор УНЦ ОТВПО</p>	<p>Похолков Юрий Петрович</p>	<p>д.т.н, профессор</p>		
<p>Профессор отделения социально- гуманитарных наук</p>	<p>Лойко Ольга Тимофеевна</p>	<p>д., фил.н., профессор</p>		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ13	Полонская Марина Сергеевна		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 107 страниц, 4 рисунка, 2 таблицы, 120 использованных источника, 2 приложения.

Ключевые слова: туризм, научно-образовательный туризм, «Большой университет», объекты показа, консорциум.

Объектом исследования выступает туризм как феномен.

Предмет исследования – научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения на мировую арену консорциума «Большой университет Томска»

Цель исследования – разработать комплекс рекомендаций для пилотного проекта объектов научно-образовательного туризма, направленных на развитие и продвижение на мировую арену консорциума «Большой университет».

В ходе работы были поставлены следующие **задачи исследования**:

- на основе анализа научных источников сформулировать понятие научно-образовательного туризма;
- выявить основные тренды в развитии научно-образовательного туризма;
- обосновать роль и значение научно-образовательного туризма как ресурса развития консорциума «Большой университет»;
- разработать пилотный проект продвижения научно-образовательного туризма в регионе.

Актуальность работы обусловлена необходимостью продвижения консорциума «Большой университет» и привлечением в город новых абитуриентов, молодых ученых, исследователей, магистрантов, повышением узнаваемости города Томска как научного центра в регионе, ближнем зарубежье, а также в дружественных странах для России, таких как: Узбекистан, Киргизия, Сирия, Казахстан, Белоруссия, странах Африки, Китая, Индонезии, Индии и Северной Америки.

Связано это с тем, что среди вузов растет конкуренция за талантливых студентов и томским вузам необходимо уметь отвечать на новые вызовы, которые сложились в связи с последней политико-экономической ситуацией. Перед нашей страной встает новая задача по перестраиванию на рынке не только экономическом, промышленном, но и в сфере образования. Становится актуальным вопрос о реализации программы Российской Федерации «Экспорт образования» [1], заявленного к реализации до 2025 года, в которой говорится, что по выполнению пунктов программы должно повысить привлекательность образовательных программ для иностранных граждан, улучшить условия их пребывания в период обучения в России, а также повысить узнаваемость и статус бренда российского образования на международном образовательном рынке и в результате – в разы увеличить объемы финансового дохода от экспорта образовательных услуг. К тому же, становится популярным такое направление, как обучение через всю жизнь (lifelong learning) или непрерывное образование. В рамках реализации программы «Приоритет 2030» [2] предстоит усовершенствовать нормативную базу, регулирующую прием и обучение иностранцев в рамках международного сотрудничества. При положительной реализации проекта в результате количество обучающихся по очной форме в российских вузах, должно вырасти с 220 тысяч человек в 2017 году до 710 в 2025 году. Таким образом встает вопрос о создании положительного имиджа города Томска, продвижении, развитии и улучшения научно-образовательного туризма в городе, это направление необходимо развивать как можно лучше, постоянно совершенствуя и дополняя его турпродуктами, так как именно эти направления являются особо экономически выгодными, что положительно отражается на бюджете города. «Томск - город - науки». Для продвижения консорциума «Большой университет» необходимо создать хорошо узнаваемую платформу, логотип, информационную

составляющую, чтобы СМИ могли это транслировать, конференциями, семинарами, круглыми столами, популяризации и продвижение Томской территории на региональных и международных деловых платформах, а также выявление основных способов становления и развития научно-образовательного потенциала города с помощью консорциума «Большой университет», что подтверждает актуальность темы данного исследования.

Объект исследования - туризм.

Предмет исследования - научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения на мировую арену консорциума «Большой университет Томска»

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. На основе анализа научных источников сформулировать понятие научно-образовательного туризма;
2. Выявить основные тренды в развитии научно-образовательного туризма;
3. Обосновать роль и значение научно-образовательный туризма как ресурса развития консорциума «Большой университет»;
4. Разработать пилотный проект продвижения научно-образовательного туризма в регионе.

Новизна работы: состоит в том, что развитие научно-образовательного туризма может выступать эффективным способом продвижения консорциума «Большой университет», разработки бренда консорциума в мировое образовательное пространство и созданию положительного имиджа Томска, региона, страны в целом.

Практическая значимость работы: заключается в том, что в ней уточнено значения термина научно-образовательный туризм, разработан пилотный проект показа объектов научно-образовательного туризма в городе Томске, который можно применить не только в рамках консорциума «Большой университет», но и в рамках образовательного, познавательного, культурного,

ностальгического, школьного и детского туризма в зависимости от цели и вида путешествия.

ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ – это процесс представления физических ресурсов в виде некоего набора параметров, объединенных логическим смыслом.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ – это состояние, когда весь мир функционирует как единая система, и каждая страна вносит свой особенный вклад в ее работу. Глобализация подразумевает стирание границ между странами, упрощение и ускорение заключения международных сделок, а также создание, развитие и распространение унифицированной культуры и ценностей.

ИНКЛЮЗИВ – термин, означающий включенность чего-либо в общее множество.

ИНФОРМАЦИЯ – любое сведение о жизни или окружающем мире.

КОММУНИКАЦИЯ – это взаимодействие двух или более партнёров по общению с целью поделиться информацией или получить информацию.

КОНЦЕПЦИЯ – некая основная идея, согласно которой организовано функционирование определённой системы.

МОБИЛЬНОСТЬ – термин, обозначающий движение, подвижность. Обычно используется с уточняющими определениями. Например, социальная мобильность, мобильность академическая, предполагающая возможность получения или продолжения образования в различных вузах мира.

МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМ – комплекс разнообразных процессов развития, в ходе которых раскрываются многие культуры в противовес единой национальной культуре, что ставит под сомнение существование национальной идентичности. Понятие «мультикультурализм» используется, как правило, в двух основных значениях.

В первом значении мультикультурализм – это феномен этнокультурной фрагментации социума; по-другому и более точно его можно определить как «многокультурность», в конечном счете, направленную против культуры как

общенационального явления. Таким образом, речь идет не о культурной автономии в рамках некой культурной общности, а именно об ее фрагментации. Во втором значении мультикультурализм выступает как идеология и политика, которые в значительной степени опираются на либеральные концепции «культурного разнообразия», проповедующие этнические, расовые и субкультурные предпочтения в экономической, политической и культурной сферах общественной жизни. Их цель – искоренение дискриминации и достижение «равенства» различного рода меньшинств с национальным большинством.

НОВАЯ ЭКОНОМИКА – экономика, нацеленная на получение человеком неосязаемых услуг или товаров.

ОБРАЗОВАНИЕ – это единый процесс физического и духовного формирования личности, процесс социализации, ориентированный на исторически обусловленные, зафиксированные в общественном сознании социальные эталоны. В этом случае образование выступает неотъемлемой стороной жизни общества.

ПРОДВИЖЕНИЕ – комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов.

РЕКРЕАЦИЯ – наиболее быстро развивающийся сегмент индустрии досуга, связанный с участием населения в активном отдыхе на открытом воздухе, приходящийся преимущественно на уик-энд.

СВОТ (SWOT) -анализ – из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании. Это **анализ** сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды.

СТУДЕНТ – учащийся высшего, в некоторых странах и среднего учебного заведения.

СИМВОЛЫ – это всё, что несёт в себе особый смысл, признаваемый людьми одной культуры.

СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОРОДА – пространственная

среда, конструируемая человеком. Оно дифференцировано и в то же время неделимо. Органическую целостность городу придает наличие у него образа. Являясь носителем идеальных значений, образ города связывает мировосприятие горожан с ценностями. Освоение городского пространства происходит на семантическом и символическом уровнях. Изучение городского пространства с этих позиций позволяет сформулировать определение социокультурного пространства города как системы информационно–коммуникативных оснований социальной деятельности, воплощенных в разнообразных знаково–символических продуктах социокультурной практики, локализованных в определенных территориальных границах.

СПОНСОРСИНГ – это спонсорская деятельность фирмы, осуществляемая на принципе взаимности, интерактивная форма отношений, с использованием таких инструментов, как реклама, стимулирование сбыта, публик рилейшнз, личная продажа.

ТОЛЕРАНТНОСТЬ – это готовность лояльно относиться и принимать чужой образ мыслей, чувства, вероисповедание, поведение и тому подобное, которые не совпадают с собственными, а также не разделяются и не поддерживаются человеком. Другими словами, признание за другими людьми права на собственное мировоззрение.

ТРАДИЦИОННЫЙ ТУРИЗМ – все массовые формы туризма. Данный вид туризма был выделен в середине XX века. Основными формами классического туризма являются оздоровительный, культурно–познавательный, развлекательный и спортивный туризм. На сегодняшний день даже деловые путешествия по наиболее распространённым направлениям можно отнести к массовому туризму.

ТУР – первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки. Как правило, тур оставляет туристу много свободного времени для выбора собственной программы, которая может быть реализована туристом исходя из личных предпочтений и возможностей.

ТУРИЗМ – временные выезды (путешествия) людей в другую страну или

местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ – центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов, с центром туристского интереса.

ТУРИСТСКАЯ МАРКИРОВКА – это система специальных условных обозначений, которые наносятся на различные предметы или устанавливаются на местности для разметки рекомендуемых маршрутов туристских путешествий, походов и прогулок.

ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ – комплекс услуг, работ и товаров, удовлетворяющих потребности туриста в ходе путешествия, подготовленный туроператором и реализуемый, как единое целое. В состав туристического продукта могут входить: перевозка, размещение, экскурсионное обслуживание, дополнительные услуги, товары, приобретаемые в ходе путешествия и т. д.

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ – наука, которая занимается вопросами организации процесса творческого потребления товаров и услуг.

ЭКСКУРСИЯ – посещение достопримечательных объектов (памятников, музеев, местности), форма и метод приобретения знаний. Проводится под руководством экскурсовода. Экскурсия превращается в одну из форм познания окружающего мира, приобщающую человека к сокровищам культуры и искусства, способствующую расширению коммуникативных связей, обогащающую эмоционально-образный мир экскурсантов яркими впечатлениями от встречи с достопримечательностями в их естественной обстановке или в хранилищах коллекции.

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

ВКР – выпускная квалификационная работа

ТПУ – Томский Политехнический университет

ТГУ – Томский государственный университет

ТГАСУ – Томский государственный архитектурно-строительный университет

ТУСУР – Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

ТГПУ – Томский государственный педагогический университет

КСО – концепция социальной ответственности

НИИ – научно-исследовательские институты

РАН – Российская академия наук

МГУ – Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

СПбГУ – Санкт-Петербургский государственный университет

ВШЭ – Высшая школа экономики

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	7
Глава 1. ТУРИЗМ – КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	20
1.1 Виды и направления туризма.....	21
1.2 Научно-образовательный туризм в современном обществе.....	26
1.3 Основные черты научно-образовательного туризма.....	38
Выводы по первой главе.....	39
Глава 2. НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК РЕСУРС ПРОДВИЖЕНИЯ КОНСОРЦИУМА «Большой университет».....	41
2.1 Консорциум «Большой университет»	42
2.2 Роль и значение научно-образовательного туризма в России и регионе	44
2.3 Роль и развитие научно-образовательного туризма в ТПУ.....	48
2.4 Разработка пилотного проекта на примере ТПУ.....	54
Выводы по второй главе.....	60
Заключение.....	62
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	68
СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СТУДЕНТА.....	80
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ А – Раздел на иностранном языке.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Опрос иностранных студентов.....	107

Введение

Актуальность темы исследования вытекает из реально существующего противоречия между стремительными изменениями в глобальном мире и потребностью новых образовательных траекторий, одной из которых выступают новые университетские консорциумы. В современном мире современному человеку приходится сталкиваться с новыми вызовами как в сфере экономики, политики, так и в сфере образования. Становится актуальным вопрос о непрерывном самообразовании и повышении квалификации чтобы быть конкурентоспособным на рынке. С увеличением мобильности и конкуренцией специалистов в профессиональной сфере, а также в связи с постоянным темпом роста технологий, среди вузов идет большая конкуренция за талантливых студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых, исследователей, квалифицированных специалистов и томским вузам необходимо быть конкурентоспособным на рынке предоставления услуг в сфере образования, уметь привлечь новых иностранных студентов, реализовывая программу Российской Федерации «Экспорт образования». Необходимо уметь быстро реагировать на изменения, актуализировать рабочие программы под требования заказчиков – предприятий и будущим работодателям, отвечающие современным запросам государства и общества. Таким решением может стать консорциум «Большой университет», как бренд города Томска для узнаваемости, популяризации образования, привлечения новых иностранных студентов. В программе проекта Российской Федерации «Экспорт образования», заявленного к реализации с 2017 302 по 2025 г., говорится о том, что внедрение и исполнение пунктов по выполнению данной программы должно повысить привлекательность российских образовательных программ для иностранных граждан, улучшить условия их пребывания в период обучения на территории России, а также повысить узнаваемость и статус бренда российского образования на международном образовательном рынке и в результате – в разы увеличить объёмы финансового дохода от экспорта образовательных услуг. Чтобы повысить

привлекательность образовательных программ для иностранцев, предстоит разработать и внедрить целевую модель деятельности вуза по экспорту образования, в том числе создать международные службы для поддержки иностранных студентов [3]. В рамках реализации программы проекта предстоит развивать новые формы образовательных программ на английском языке, развивать онлайн-образование для иностранцев, образовательные туристические маршруты и летние программы обучения для иностранцев, а также создать единый интернет-навигатор по российской системе образования. Также в рамках реализации программы «Приоритет 2030» предстоит усовершенствовать нормативную базу, регулирующую приём и обучение иностранцев, признание документов о зарубежном образовании, процедуры въезда, выезда и пребывания зарубежных преподавателей, а также вопросы налогообложения образовательной деятельности в рамках международного сотрудничества. В результате реализации проекта количество иностранных студентов, которые обучаются по очной форме в российских вузах, должно вырасти с 220 тыс. человек в 2017 году до 710 тыс. в 2025 году.

На сегодняшний день город Томск обладает широкими возможностями для развития научно-образовательного туризма, входящими в ТОП-15 лучших вузов России, являясь старейшим городом в Сибири, крупным образовательным, научным и инновационным центром включающим: 9 вузов, 15 НИИ, особую экономическую зону технико-внедренческого типа и 6 бизнес-инкубаторов, имеющим один из лучших Академ городков и лабораторий с научно-исследовательской базой. В Томске и области насчитывается более 1500 объектов деревянного зодчества, старинных церквей и исторических зданий. В Томской области открыто порядка 160 различных музеев, среди которых уникальные музей редких книг Научной библиотеки Национального исследовательского Томского государственного университета, минералогический музей, палеонтологический музей, музей физики, мемориальный кабинет академиком В.А. Обручева – М.А. Усова при Томском политехническом университете, а также, мемориальный музей «Следственная тюрьма НКВД».

Сегодня, в связи с глобальным развитием туристической индустрии, МICE-индустрии [4], увеличивается конкуренция в этих сферах, вследствие, чего многие страны, регионы и города мира (в частности г. Томск) стали искать новые средства и способы продвижения своих туристических и образовательных возможностей на международном рынке. В ходе работы, были изучены основные способы привлечения международных научно-образовательных мероприятий, основным из которых является создание некой общей платформы, которая бы занималась созданием положительного делового имиджа страны, региона или города, продвижением ее туристических и научно-образовательных возможностей, привлечением на данную территорию международных мероприятий. С этой целью возникает необходимость создание подобной структуры в городе Томске, являющиеся эффективным инструментом реализации приоритетных проектов, механизмом развития инфраструктуры города, повышения его инвестиционной привлекательности [5]. Существовая в городе Томске каждый университет пытается завоевать «своего» студента, не выдерживая конкуренции с городами, которые располагаются в центре России, такими вузами, как МГУ, СПбГУ, ВШЭ и другими вузами, т.к. нет единой платформы, где студенты могли бы быстро ориентироваться и находить необходимые им ресурсы для обучения. Таким образом, созданный консорциум «Большой университет» на территории Томска должен внести положительную динамику в развитие города, стимулировать научный и деловой обмен, экономический рост, поспособствует распространению инноваций, расширению деловых контактов, увеличению экономических выгод для региона и его узнаваемость. Актуальность проблематики позволила сформулировать объект и предмет исследования.

Таким образом, **объект данного исследования** является туризм как феномен. **Предмет исследования** - научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения на мировую арену консорциума «Большой университет Томска».

Цель данной исследовательской работы - разработка пилотного проекта показа объектов научно-образовательного туризма в городе

Томске.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. На основе анализа научных источников сформулировать понятие научно-образовательного туризма
2. Выявить основные тренды в развитии научно-образовательного туризма
3. Обосновать роль и значение консорциума «Большой университет»
4. Разработать пилотный проект продвижения научно-образовательного туризма в регионе.

1. ТУРИЗМ - КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Под понятием *туризм* в энциклопедическом словаре «Туризм» понимается временные выезды граждан, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, культурно-познавательных, спродфессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, а также для отдыха, без оплачиваемой деятельности в другом регионе, государстве, области, месте временного пребывания. ООН определила термин «Туризм» как миграцию, которая не связана с переменной постоянного места жительства. Таким образом, туризм – это поездки, которые заканчиваются возвращением к месту начала путешествия, как правило, в определённое время. Специалисты выделяют более 200 видов туризма по целям и формам поездок. Понятие «Туризм» относится к деятельности посетителей.

1.1. Виды и направления туризма

Итак, выделяют более 200 видов туризма.

Вид туризма (kind of tourism), понятие, определяющее характер туристского путешествия по ряду классификационных признаков: целям.

Выделяют:

- оздоровительный,

- культурно-познавательный,
- деловой,
- отдых и др.

А также, выделяют по *возрасту туристов*:

- молодёжный,
- детский,
- взрослый,
- смешанный,
- туризм «третьего возраста» - туризм пожилых людей.

По классификации используемым *транспортным средствам*:

- железнодорожный,
- автомобильный).

По *сезонности*:

- летний,
- зимний,
- круглогодичный.

По *перемещению* относительно границы определённой страны:

- приграничный и прочим существенным факторам.

По *правовому* статусу и региону посещения туризм делится на международный и внутренний. На внутренний туризм приходится 80-90% всех туристских поездок в мире, а совокупные расходы в 5-10 раз превышают затраты на международный туризм. Относительно каждой страны международный туризм подразделяется на въездной и выездной. Туризм в пределах одной страны называется национальным и подразделяется на внутренний и въездной. По экономической категории различают туризм коммерческий, т.е. оплачиваемый самим туристом, и социальный – полностью или частично оплачиваемый государством,

предприятием или из средств различных социальных фондов. В условиях коммерциализации экономики в современной России социальный туризм исчез почти полностью.

Разновидностью социального туризма являются система отпускных чеков, поощрительный или инсентив-туризм.

По *числу участников* различают индивидуальный и групповой туризм. Под индивидуальным туризмом понимается путешествие не только одного человека, но и семьи (семейный туризм) и группы в составе не более 5-7 человек.

По *признаку подвижности* туризм делится на стационарный и кочевой. Такое деление достаточно условно, т.к. туризм всегда связан с отъездом с места проживания, а в местах отдыха туристы нередко отличаются большой подвижностью, и наоборот, при маршрутном туризме возможны длительные остановки.

Исходя из особенностей организации туризма, можно выделить:

- организованный (синонимы: плановый, регламентированный),
 - самостоятельный (самодеятельный, неорганизованный, «дикий»).
- Плановое путешествие осуществляется в определенные оговоренные сроки, по заранее составленной программе, с предварительной оплатой комплекса или определенных услуг. Самостоятельный туризм нередко представляет для индустрии туризма острую проблему. В сезон «пик» доля неорганизованных туристов может составлять 50-75%, что создает напряженность в функционировании транспорта и сферы обслуживания.

По *продолжительности поездки* делят на:

- экскурсию (продолжительность поездки менее 24 час. без ночлега), - краткосрочный туризм (не более 3 суток),
- длительный (более 3 суток).

По периодичности выделяют еженедельные поездки – туризм выходного дня (пятница – воскресенье) в воскресные дни (weekend – «уикэнд») и

ежегодные в период отпусков и каникул.

Одна из тенденций в развитии туризма заключается в дроблении отпускного периода и росте числа непродолжительных поездок. В развитых странах 20% населения выезжает на отдых и летом, и зимой, а 10% три и более – раз в год. В западной литературе это явление получило название «путешествие с интервалами».

По территориальному признаку туризм классифицируют как:

- ближний (пригородный и местный), т.е. на территории, находящейся на расстоянии 10-12 час. езды наземным или водным транспортом,
- дальний (внутренний, региональный, международный).

Нередко туризм подразделяют *по географическому признаку* с учетом той природной или социальной обстановки, в которой он происходит, – например, горный, водный, спелеотуризм, морской, океанический, прибрежный, пустынный, таежный, полярный, городской, сельский (деревенский туризм, агротуризм).

В последнее время получил распространение экологический туризм (экотуризм). Экотуризм не нарушает целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы становится выгодной для местного населения. Одной из важных задач экотуризма является организация экологического образования и формирование экологического мышления.

Существует классификация *международных поездок по целям путешествий*, предложенная Всемирной туристской организацией. Несмотря на официальный статус данной классификации, она имеет ряд недостатков и неудобств.

Рекомендуется подразделять международные поездки на три группы:

1. Поездки для отдыха и развлечений: - отдых (на воде, в сельской и/или горной местности, в городе, на курортах, на туристском маршруте, в морских и речных круизах и пр.); - занятия социокультурной деятельностью (посещение художественных, спортивных, религиозных учреждений²²,

мероприятий, праздников и пр.); - занятия активным отдыхом (водные виды, летние виды, зимние виды, охота и рыболовство, любительские соревнования и пр.); - посещение родственников и знакомых; - другие цели (свадебные и семейные поездки, азартные игры, инсентив-туры, участие в региональных событиях и пр.).

2. Поездки по профессиональным интересам: - участие в конференциях, конгрессах, симпозиумах, съездах, ярмарках, выставках и т.д.; - продолжительные командировки (на предприятия и в другие заведения, в государственные и международные организации, а также сопровождение); - поездки с деловыми целями (бизнес, в том числе промышленность и сельское хозяйство, торговля, туризм, рекреация и культура, занятия профессиональным спортом, исследовательская и преподавательская деятельность, сопровождение).

3. Другие туристские цели: - обучение (изучение языков, стажировки, повышение квалификации и пр.); - лечение (пребывание на курорте, в здравнице и пр.); - транзит; - прочие. В отечественной специальной литературе принято выделять виды туризма по следующим признакам/критериям: - по цели (функции) путешествия: отдых (рекреация), познание, оздоровление, профессиональные интересы, религия, спорт (экстрим, приключения); - по экономическому признаку: коммерческий или социальный; - по способу передвижения: с использованием транспорта (туризм автобусный, автомобильный, железнодорожный и т.д.) или с использованием немеханических транспортных средств (велосипед, лыжи, лодки, животные и т.д.); - по сезонности (летний, зимний, межсезонье); - по составу участников: молодёжь, семейные, пенсионеры, по профессии, корпоративные и др.; - по продолжительности, т.е. срокам путешествия (пребывания): малодневные (краткосрочные – 2-5 дн.), многодневные – более 5 дн. и длительные – до полугода (в среднем 15-24 дн.); - по месту проведения путешествия: въездной, выездной, внутренний; - по охвату территории.

Разделяют виды и формы туризма также по комплексу признаков (мотив поездки, технология туристских услуг, тип рекреационных ресурсов,²⁴

преобладающий вид транспортного обслуживания и т.п.). В нашей стране ведущее место традиционно занимали три вида туризма:

- лечебно-оздоровительный,
- спортивно-оздоровительный,
- познавательный.

В международной практике значительное место занимают также событийный, деловой, научный, религиозный, ностальгический, развлекательный и круизный виды туризма, получившие в последнее время интенсивное развитие и в России.

В связи с массовыми поездками туристов из бывших социалистических стран за покупками в другие государства в самостоятельный вид выделился шоп-туризм. Необходимо отметить, что ни один вид туризма не существует обособлено и можно говорить только о преобладании того или иного мотива (или другого признака) туристской поездки. Например, в спортивно-оздоровительном туризме немало познавательных аспектов. Познавательная рекреация нередко сочетается с развлечениями, деловой туризм – с событийным, познавательным, развлекательным. Некоторые виды спортивно-оздоровительного туризма по характеру организации приобрели черты курортного типа (например, горнолыжный туризм).

Классификация туризма по охвату территории, система определения видов туризма по территориальному признаку совершения туристских путешествий. К территориальным видам туризма относятся:

- внутренний,
- внутриконтинентальный,
- внутрирегиональный,
- кругосветный,
- межконтинентальный,
- межрегиональный,
- местный,

-приграничный,

-региональный, трансатлантический, трансграничный и др.

Современному человеку трудно представить свою жизнь без путешествий, развлечений и получения новых ощущений. Всё это возможно объединить в один комплекс как путешествие с образовательными целями. В настоящее время современный человек постоянно находится в потоке информации, даже во сне ему приходится обрабатывать большой поток информации, он постоянно напряжен, сосредоточен и раздражен. От пресыщения различным информационным потоком индивид устает, не успевая структурировать приобретенные знания, перестает воспринимать новую информацию. Полученные знания постепенно забываются и теряются. Вопреки этому знания, полученные в процессе путешествий, практически навсегда остаются в нашей памяти. Это связано с тем, что положительные эмоции заставляют человека переживать данный период снова и снова. Таким образом, образовательные путешествия могут стимулировать общество к дальнейшему развитию. Образовательный туризм - это путешествия с целью получения современных знаний в различных сферах жизнедеятельности человека.

1.2. Научно-образовательный туризм в современном обществе

Туристический сектор в наши дни стал одним из самых популярных видов услуг. Возможность совершенствоваться, получать образование за границей, познавать мир - сделали туризм одним из неформальных видов образования.

При попытке найти источник, в котором бы было дано четкое определение научно-образовательного туризма, было выявлено, что авторы описывают этот феномен как образовательный или научный туризм.

Проанализировав источники было выявлено, что научный туризм был выделен как сегмент самостоятельного направления в 1980-х годах, в то время и была создана Комиссия научного туризма по инициативе президента Географического общества СССР, сейчас эта организация

называется Русское географическое общество. Были определены основные цели и задачи работы.

Проанализировав разных авторов, можно прийти к выводу, что дается достаточно разная трактовка научного туризма, некоторые авторы относят его к подвиду познавательного или экологического туризма. В работе В.Н. Якунина рассмотрена позиция научного туризма в системе других видов туризма. В зависимости от его тематической ориентации, научный туризм может иметь свои характерные черты, включающие и общие черты туризма.

В настоящее время вопросами научного туризма занимаются следующие авторы: Мусина Д.А., Язев С.А., Погодина В. Л., Иванова С.А., Ермакова Ж.А.

Обобщив полученные знания можно сделать вывод, что под научным туризмом авторы понимают такой вид туризма, который затрагивает стороны, связанные с научными исследованиями, ведением научной деятельности, но не стоит его относить как подвид познавательного, экологического, образовательного или эколого-просветительского туризма, хотя, иногда он может включать в себя признаки этих видов туризма. В работе Марышкина Д.И. был описан пример применения научного туризма на научно-учебном полигоне «Сарма» в Приольхонье, автор выявил, что методологической основой научного туризма является получение знаний, расширение кругозора туристов и экскурсантов в период проведения научных мероприятий, была предложена схема направлений развития научного туризма и мест размещения научных объектов, предложены ландшафтные, геолого-геоморфологические, гидрологические, геоботанические, почвенно-геохимические, метеорологические, зоогеографические, археологические, исторические, социально-хозяйственные и туристско-рекреационные направления исследования. Автор также отмечает, что этот полигон является наиболее успешным в плане развития научного туризма, т.к. его расположение, а также нормативно-правовой статус территории⁷⁷,

природные ресурсы, историко-культурные компоненты, социально-хозяйственные и туристско-рекреационные ресурсы позволяют осуществлять исследования, продвигать проект и развивать научный туризм. Этот полигон «Сарма» расположен на побережье Малого моря (оз. Байкал, помимо научно-образовательных целей, он ориентирован на развитие научного туризма, этот научно-учебный туристско-рекреационный полигон был создан в 2010 году совместно с факультетом сервиса и туризма Иркутского государственного университета совместно с Институтом географии им. В.Б. Сочавы СО РАН

Научный туризм подразделяется на множество видов, которые могут иметь различные объединения. **В 2023 г., 27 января** году **Министерство** науки и высшего образования РФ приняло концепцию развития научно-популярного туризма до 2035 года, в которой прописаны перспективы развития этого направления, а также указана роль вузов, научно-исследовательских центров и регионов в формировании туристических продуктов

Концепция станет основой для определения ключевых механизмов развития научно-популярного туризма, в том числе молодежного и детского. Она включает в себя подготовку кадров, описывает целевую аудиторию, роль вузов, научно-исследовательских центров и регионов в формировании маршрутов, а также финансовое обеспечение и многое другое.

Развитие научно-популярного туризма будет способствовать вовлечению молодежи в исследовательскую среду, причем со школьных лет. Ребята разных возрастов смогут побывать в уникальных лабораториях, на высокотехнологичных, градообразующих предприятиях, встретиться с единомышленниками на массовых молодежных научных мероприятиях

Согласно концепции, научно-популярный туризм – это временные выезды (путешествия) граждан РФ с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, которые

происходят по заранее утвержденным маршрутам с посещением инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной просветительской деятельностью.

Недавно было открыто 10 маршрутов научно-популярного туризма, в которую вошли такие области, как: Калужская, Московская, Новосибирская, Амурская, Иркутская и Нижегородская и Краснодарский край, а также в город Дубну, Москву и Санкт-Петербург. Концепция разработана во исполнение плана мероприятий по развитию научно-популярного туризма в стране, утвержденного вице-премьером Дмитрием Чернышенко. Инициатива по развитию научно-популярного туризма стала одним из направлений десятилетия науки и технологий, объявленного президентом РФ Владимиром Путиным.

Научно-познавательный туризм можно классифицировать как вид туризма, который осуществляется:

— с целью профессиональных исследований и представляющий интерес для науки. Например, для изучения исторического и культурного наследия, изучение животного мира и так далее. Обычно исследования проводятся за счет командирующей стороны и представляют собой экспедиции, полевые практики и так далее. При проведении различных конференций и семинаров научно-познавательный туризм совмещается с деловым туризмом:

— с практическими и учебными целями для студентов учебных учреждений. Например, геологические, исторические, археологические практики;

— с целью ознакомления с историей научных исследований, уникальностью природных богатств и историко-культурного наследия для широкого круга людей. Например, путешествие в пещеры, посещение музеев и так далее.

В зависимости от содержательности и эмоциональности экскурсии даже сухой научный текст можно рассказать, таким образом, для того чтобы

побудить у простого обывателя интерес к дальнейшему изучению той или иной рассказанной темы.

Научно-познавательный туризм включает поездки с целью ознакомления

- с природными объектами;
- историко-культурными объектами;
- музеями, театрами и так далее;
- общественным строем той страны, которую посещают;
- жизнью и традициями народов в посещаемой стране и так далее.

В основе этого вида туризма лежит богатая экскурсионная программа. Научно-познавательные цели сочетаются с целью отдыха, в некоторых турах предлагаются различные услуги по восстановлению здоровья и отдыха участников, например, сплавы, баня и так далее и развлечений (участие по желанию в различных вечерних программах).

Для развития научно-познавательного туризма имеет большое значение «кустовой» принцип планирования, предусматривающий создание вблизи главного объекта туристского интереса дополнительных объектов посещения - музейных экспозиций, мастерских народных промыслов, а также организаций культурных акций, зрелищных мероприятий. Это позволяет привлечь больше туристов, увеличить продолжительность их пребывания, а, следовательно, повысить эффективность использования туристской инфраструктуры.

Дополнительные объекты посещения должны функционально соответствовать основному объекту туристского интереса, быть доступными для туристов, в тоже время не нарушать характер исторической среды. В исторических городах - центрах туризма, предусматривается формирование культурно-туристских зон, включающих объекты туристского интереса, предприятия обслуживания, предоставляющие полный комплекс услуг как туристам (проживание, питание, развлечения, справочно-информационное обслуживание и так далее), так и местным жителям. Жители одной страны, как правило,

проявляют интерес к системе образования другой страны. Поэтому учреждения образования (колледжи, университеты и так далее) тоже могут стать существенными привлекательными элементами культуры и науки на туристском рынке. Всемирно известные университеты Оксфорд и Кембридж давно стали туристскими достопримечательностями и самостоятельными объектами туристского показа. Помимо этого система образования является особенностью туристского потенциала и может успешно использоваться как элемент привлечения туристских потоков, в частности, как основа обучающего туризма. Возможность получения престижного образования привлекает студентов из разных регионов, что укрепляет сложившийся и устойчивый сегмент потребительского рынка. Получила развитие тенденция использования учреждений образования в туристских целях: организация и проведение конференций, деловых встреч, семинаров на базе колледжей, университетов и других учебных заведений.

Под образовательным туризмом понимаются туристские поездки, экскурсии с целью образования, удовлетворения любознательности и других познавательных интересов. Данный вид туризма способствует формированию образовательной мобильности, навыков самообразования. Сфера образовательного туризма охватывает все виды обучения и просвещения, которые осуществляются вне постоянного места жительства. Каждый индивид стремится расширить свои знания по интересующей его теме. Для подростка и людей юношеского возраста (от 12 до 21 года) мотивом образовательных путешествий может стать желание найти друзей. Для людей зрелого возраста (от 22 до 55 лет) - обновить свои знания в интересующих индивида сферах, получить новые знания о неизвестных продуктах и услугах, совершенствоваться в нужных областях. В преклонном возрасте (от 55 лет) мотивом может послужить как и обновление полученных ранее знаний, так и желание общаться, заводить новых друзей, путешествовать.

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей общества. Туризм выступает как

вспомогательное средство к достижению цели, поставленной человеком. В образовательных путешествиях каждый индивид может удовлетворить собственные предпочтения.

Ю.А. Матюхина предлагает следующие направления образовательного туризма:

- 1) языковые центры - наиболее массовое направление образовательного туризма. В данных центрах ведется обучение иностранным языкам. Программы рассчитаны на любой возраст;
- 2) стажировка за рубежом - предусмотрены программы с различными направлениями, стажировки доступны круглый год;
- 3) детские каникулярные - программы рассчитаны на школьников и студентов, которые хотят с пользой провести зимние и летние каникулы. Обучение проводится в школах, колледжах, при университетах;
- 4) дополнительное образование - повышение квалификации, краткосрочные курсы для различных возрастов с различной степенью подготовки;
- 5) высшее образование - получение образования в университетах. Также разработаны специальные программы в различных областях для студенческого обмена;
- 6) подготовка в университет - обучение проводится при учебном заведении, в которое планирует поступать абитуриент. При некоторых учебных заведениях созданы специальные школы, в которых ведется подготовка к поступлению в конкретный университет.

Главной целью образовательного туризма является получение знаний и удовольствия от отдыха. Вспомогательными целями могут выступать деловые контакты, получение новых впечатлений, приятных знакомств, желание познакомиться с культурными ценностями принимающей стороны и др.

Образовательный туризм требует высокопрофессионального подхода, поскольку данный вид туризма включает в себя организацию

образовательных путешествий для всех возрастных групп. В связи с этим для детей организовано проживание в семьях местных жителей, что позволяет контролировать ребенка, если он путешествует один. Для других возрастных групп существуют различные гостиницы, отели, резиденции и другие места проживания. По желанию туриста размещение может быть предоставлено и в семье.

Образовательный туризм в наши дни в основном проходит в рамках культурного обмена. Использование образовательных туров проходит либо в маленьких группах, либо в индивидуальном порядке. Образовательный туризм направлен на: становление и развитие личности;

- обмен информацией;

развитие международных связей;

- углубление знаний о стране пребывания.

Образовательный туризм - один из наиболее популярных видов путешествий. Данный сегмент туристического рынка наиболее востребован за границей. В особенности на островных государствах, поскольку дает возможность приносить хорошую прибыль и обеспечивать местное население работой.

Как отмечает большое количество исследователей, понятие «образовательный туризм» долгое время имело достаточно размытые границы. Познавательные и образовательные путешествия представляли как один общий вид туризма. Граница существующих различий стиралась, и только в начале XXI в. было дано четкое разделение понятий образовательного и познавательного туризма.

Образовательный туризм - это путешествия с целью углубить знания в интересующих индивида сферах, с возможностью получить диплом, сертификат или иной документ, удостоверяющий подлинность полученной квалификации. Также хотелось бы отметить, что это высоко мотивированное путешествие. Для многих людей образование является достаточно сложной проблемой. Но благодаря образовательному туризму

можно легко и быстро усвоить необходимые знания по различным предметам.

Образовательный туризм определяется как «поездки отдельных индивидов или их групп в определенные регионы и страны с целью получения образовательных услуг по определенным программам» [7]. В настоящее время образовательный туризм представляет достаточно перспективный и быстро развивающийся сегмент туристского рынка. Выделяются следующие виды образовательного туризма:

- ориентированный на изучение иностранных языков;
- ориентированный на обучение различных видов спорта;
- профессиональное обучение.

Языково-обучающий вид образовательного туризма нацелен на улучшение знаний в области иностранных языков. Возможность получения диплома или языкового сертификата привлекает людей различного возраста. Благодаря интенсивным занятиям, совмещенным с отдыхом и экскурсиями, уровень языковых знаний заметно увеличивается.

Спортивно-обучающий вид образовательного туризма подразумевает стремление человека овладеть определенным видом спорта. Среди них - обучением игре в гольф, теннис, конному спорту, серфингу, катанию на горных лыжах, гребле на каноэ и байдарках, яхтовому, парусному спорту, подводному плаванию, водным лыжам и др.

Профессиональное обучение. В данный вид туризма входит множество программ: академический год за рубежом, бизнес-образование, повышение квалификации, «Work & Study» - работа и учеба, и др. Получение подобного образования повышает ценность человека как профессионала на рынке труда.

Выделяются следующие признаки образовательного туризма:

- 1) любое путешествие, в течение которого путешественник обучается в какой-либо сфере;
- 2) путешествие, в котором образование является главной ценностью;
- 3) доходы от образовательного туризма идут на поддержание экономики страны;

4) благодаря развитию образовательного туризма появляются новые рабочие места;

5) образовательный туризм является вспомогательным средством для развития общества.

Можно также выделить четыре основных компонента образовательного туризма:

1) «получение образования» - т.е. путешествие предполагает наличие образовательных центров, получение туристами новых знаний и навыков;

2) «активный отдых» подразумевает, что путешествие построено таким образом, чтобы человек не был перегружен обучением и смог совместить отдых и обучение.

3) «уважение интересов местных жителей» - не только соблюдение местных законов и обычаев, но и вклад туризма в социально-экономическое развитие туристических дестинаций.

4) «поддержка местного населения» - для большинства островных государств образовательный туризм является практически основным источником дохода местных жителей. Ярким примером является остров Мальта.

Возрастных ограничений для занятий образовательным туризмом нет. Существует деление на возрастные группы. Заниматься образовательным туризмом можно с дошкольного возраста и до пожилого возраста. Как сказал Сенека, век живи - век учись. Для каждой категории разработаны определенные программы, с помощью которых обучающиеся смогут поднять свой уровень знаний.

Градации в образовательном туризме, ориентированном на изучение иностранных языков, следующая (на примере английского языка):

- Beginner - данный уровень подходит для тех, кто еще никогда не изучал языка;

- Elementary - этот уровень позволит вам элементарно объясняться;

- Pre Intermediate - настоящий уровень позволит четко разговаривать с окружающими;

- Intermediate - возможность общаться с носителем языка;

- Upper Intermediate - на данном этапе обучения вы сможете работать или обучаться за границей;

- Advanced - предусматривает владение языком на уровне с родным.

При необходимости определения уровня владения языком при образовательных путешествиях проводятся специализированные тесты на выявление языкового уровня. В связи с тем, что знания у различных возрастных категорий различные, созданы специальные группы для среднего и более старшего возраста с начинающего уровня. Для

профессионального обучения тоже существует градация, но она менее разделена, чем в языковых турах. Для данного вида туризма есть возрастные ограничения: обучающийся не может быть моложе 14 лет, и для различных стран существует своя градация знания языка. Все зависит от выбора учебного заведения. В колледже можно получить образование со средним знанием иностранного языка, тогда как в университете необходимо знать язык наравне с носителями для успешной сдачи экзаменов и получения диплома. Существуют также курсы повышения квалификации, где требование по знанию иностранного языка немного ниже среднего.

И последний вид образовательного туризма - ориентированный на обучение различных видов спорта. Спортивный образовательный туризм тоже делится на различные уровни. В спортивно-туристической подготовке исследователи выделяют следующие этапы:

- ознакомительный и начальный этап подготовки;
- базовый этап подготовки;
- этап спортивного совершенствования;
- этап спортивного мастерства и поддержания достигнутого уровня мастерства.

Для различных спортивных видов существуют разные градации.

К основным чертам образовательного туризма относят:

1. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление с культурными ценностями, которые рассматриваются каждым государством как имеющие значение для культурного наследия человечества. К данному виду можно отнести: памятники архитектуры, искусства; произведения искусства, рукописи, книги; а также музеи, библиотеки и хранилища.
2. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление с движимыми культурными ценностями, рассматриваемые государством как имеющие значения для археологии, доисторического периода, истории, литературы, искусства, науки. Под «движимыми культурными ценностями» подразумеваются все движимые культурные ценности.

которые являются выражением или свидетельством творчества человека или эволюции природы и которые имеют ценность с археологической, исторической, художественной, научной и технической точек зрения.

3. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление с культурным наследием, созданным гражданами, в том числе иностранными гражданами или лицами без гражданства в период проживания их на территории этого государства, или приобретенными ценностями.

4. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление с культурным и природным наследием.

5. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление с подводным культурным наследием.

6. Познавательный туризм, ориентированный на участие в археологических раскопках путем систематического обследования поверхности или же путем обследования дна или подпочвенных слоев внутренних или территориальных вод того или иного государства.

7. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление и изучение процессов, сохраняющих красоту и характер пейзажей и местностей, созданных как природой, так и трудом человека, представляющих культурный или эстетический интерес или же являющихся примерами характерной естественной среды.

8. Познавательный туризм, ориентированный на изучение условий сохранения исторических и традиционных ансамблей.

9. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление и изучение движущихся изображений. Включая кинематографические произведения, телевизионные произведения, видеографические произведения.

10. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление и изучение деятельности культурных учреждений, под которыми подразумевается любое постоянное учреждение, используемое в общих интересах для обеспечения сохранности, изучения, освоения и общедоступности культурных ценностей и существующее с ведома компетентного

государственного органа.

11. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление, изучение, участие в деятельности различных структур, осуществляющих массовые мероприятия в сфере мирового научного наследия, выраженные в формах различных систем информирования: съезды, симпозиумы, конференции и др.

12. Познавательный туризм, ориентированный на ознакомление и изучение современных форм изобразительного искусства, изобразительного искусства древних культур и изобразительного искусства примитивистов: Гогена, Руссо и др.

Познавательный туризм ориентирован на созидание, наблюдение, изучение любых культурных ценностей и любых форм культурного наследия, которые каждое государство считает национальным достоянием и которые пока не внесены им в реестр мирового наследия.

Таким образом, видно, что образовательный туризм и познавательный туризм - два достаточно разных понятия. И первостепенным в современном обществе должен выступать образовательный туризм, так как знания, полученные после обучающих туров, необходимы для успешной жизни, карьерного роста и будущего, а познавательный туризм является дополнением в саморазвитии личности. Образовательный туризм является моральной и интеллектуальной основой для международного взаимопонимания и сотрудничества. В последнее время становится актуальным вопрос о совмещении этих двух видов туризма, т.к. современные молодые люди хотят не только путешествовать и вести пассивный отдых, но провести время с пользой, получением новых знаний или углублением уже полученных ранее, к таким видам туризма можно отнести научно-образовательный туризм.

1.3. Основные черты научно-образовательного туризма

Проанализировав разные источники, можно сделать вывод, что термин научно-образовательный туризм пока ещё не сформирован, нет четкой

дефиниции для определения этого типа туризма, в зарубежных источниках, также как и в России авторы описывают отдельно образовательный и отдельно научный туризм, в международной практике, подразделяя его на первый этап обучения – образовательный этап, типично идет речь о школах, колледжах, про научный туризм идет речь в источниках, когда авторы приводят примеры университетской среды. Поэтому можно сказать, что *научно-образовательный* туризм это такой вид туризма, который обладает следующими чертами, такими, как:

- наличие научного исследования,
- ведение научной деятельности,
- проведение научных мероприятий (конференций, семинаров)
- совмещение с деловыми поездками, другими формами туризма (культурно-исторический, познавательный), конгрессный туризм [6] ,
- возможность формирования академическая мобильности,
- расширение научных возможностей и закрепление уже полученных знаний по уже имеющимся знаниям,
- возможностью получения документа, подтверждающего получение квалификации,
- получение образовательных услуг по определенным программам,
- продвижение научной дипломатии,
- обмен знаниями по научным исследованиям,
- работа в лаборатории, научном-центре, научном-полигоне и др.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Туризм сегодня – это сфера социально-экономического комплекса, которая во многих странах превратилась в бурно развивающуюся индустрию. В настоящее время каждое 7-е рабочее место в мире приходится на туристский бизнес. По прогнозам ВТО, к 2023 году количество международных туристских прибытий составит 1,7 млрд., т.е. в 3 раза

превысит показатели 2000 года. Ежедневные расходы туристов, исключая авиаперевозки, возрастут до 5 млрд. долларов в день. [7]

Таким образом, туризм и туристские ресурсы прибывают в постоянном развитии и изменении, притом, что имеют ярко выраженные локализованные характеристики. Значение туризма в мире постоянно увеличивается, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны.

Разделяют виды и формы туризма также по комплексу признаков: мотив поездки, технология туристских услуг, тип рекреационных ресурсов, преобладающий вид транспортного обслуживания и т.п.). В нашей стране ведущее место традиционно занимали три вида туризма:

- - лечебно-оздоровительный,
- - спортивно-оздоровительный,
- - познавательный.

Под *образовательным туризмом* понимается такой вид туризма\путешествие, в котором образование является главной ценностью, который положительно воздействует на людей. Он восстанавливает трудоспособность человека, помогает в дружественной атмосфере получить образование, помогает рационально использовать свободное время, создает новые рабочие места, повышает уровень жизни местного населения, способствует международному общению и др.

Познавательный туризм - туристические поездки с целью посещения каких-либо регионов, местностей, культурных центров и др. для ознакомления с научными достижениями, памятниками природы, истории, культуры, бытом и традициями местного населения, народными ремеслами и промыслами, достижениями в области культуры, промышленного производства, строительства и т.д. Познавательный туризм влияет на интеллектуальное и творческое развитие личности в процессе ее ознакомления с культурными ценностями, созданными человечеством за период его существования.

Методологическую основу классификации видов познавательного туризма составляют данные о видах и типах объектов культурных ценностей и культурного наследия, представленные в Конвенции о культурных ценностях, определенных ЮНЕСКО [8].

С точки зрения образования и привлечения новых абитуриентов в вузы, то предыдущие типы можно отнести к первой категории, а именно для школьников 10-11 классов, которые только начинают интересоваться отраслями науки и стоит выбор профессии и вуза, следующим этапом следует отнести научно-образовательный туризм, который подойдет для студентов, магистрантов, которые уже осознанно выбрали для себя науку как будущую профессию, т.к. характерными чертами научно-образовательного туризма являются: научные исследования, расширения кругозора уже по имеющимся знаниям, ведение научной деятельности, научные мероприятия, формирование образовательной мобильности, получение образования по определенной программе, работа на научных площадках, научных лабораториях, научных центрах, научных полигонах.

Благодаря научно-образовательному туризму человек сможет получить новые знания и полезный опыт. В зависимости от поставленных целей - получить диплом или повысить квалификацию, работать в тандеме со своими международными исследователями. А также, познакомиться с местом пребывания, осмотреть достопримечательности, узнать обычаи и культуру местного населения. Научно-образовательные туры позволят людям более почтительно относиться друг к другу, обмениваться научными знаниями, исследованиями, развивать академическую мобильность, уважать и ценить все страны, постепенно приобретая те формы «мягкой силы», которая необходима для нашей страны в связи со сложившейся за последнее время обстановкой.

2. НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК РЕСУРС ПРОДВИЖЕНИЯ КОНСОРЦИУМА «БОЛЬШОЙ УНИВЕРСИТЕТ»

В работе Мелани Смит [9] говорит о том, что постепенно начинает появляться новый тип туриста, который не только хочет насладиться

пассивным отдыхом лёжа на пляже, но и приобрести новый опыт, знания, не только совместить отдых с культурными походами по достопримечательностям, но и расширить свой кругозор, таким образом, можно сказать что идет тенденция для получения туристом комплекса туристского продукта: отдыха и знаний. Жители одной страны, как правило, проявляют интерес к системе образования другой страны. Поэтому учреждения образования, такие как: колледжи, лицеи, корпоративные университеты, образовательные центры, университеты тоже могут стать существенными привлекательными элементами культуры и науки на туристском рынке.

2.1 Консорциум «Большой университет»

Проект "Большой университет" был запущен в Томске в 2019 году. В ноябре 2021 года была подписана хартия Большого университета. Цель проекта – повышение конкурентоспособности томского образования и науки в России и мире и для развития Томска как города-университета в целом. Под консорциумом «Большой университет» понимается объединение вузов Томска и НИИ, а также объединение академических институтов Томска в "Большой университет" для того, чтобы стать одним из крупнейших мировых городов-университетов, центром экспорта образования и технологий. Планируется, что в "Большом университете" к 2030 году будут учиться 100 тыс. студентов, а совокупный бюджет всех вузов превысит бюджеты МГУ, НИУ ВШЭ и СПбГУ.

Всемирно известные университеты Оксфорд и Кембридж давно стали туристскими достопримечательностями и самостоятельными объектами туристского показа. Помимо этого, система образования является особенностью туристского потенциала и может успешно использоваться как элемент привлечения туристских потоков, в частности, как основа обучающего туризма. Возможность получения престижного образования привлекает студентов из разных регионов, что укрепляет сложившийся и устойчивый сегмент потребительского рынка. Получила развитие тенденция использования учреждений образования в туристских целях: организация и проведение конференций, деловых встреч, семинаров на базе

колледжей, университетов и других учебных заведений.

Поэтому и в основе проекта «Большой Университет Томска» лежит опыт работы таких научных центров, как Гарвард и Оксфорд, каждый из которых объединяет десятки университетов. В современном мире идет конкуренция за талантливую молодежь, молодых исследователей, популяризации науки и техники, инженерного дела среди молодежи, а также увеличению узнаваемости томских университетов и не только за Уралом, но и для центральной части России, ближнего и дальнего зарубежья, а также для привлечения новых инвестиций и повышении экономического роста региона в целом.

С помощью консолидации вузов закладывается идея не только усиления узнаваемости вузов, но и внедрение практико-ориентированного обучения, тем более, что последние тенденции стимулируют работать на стыке наук и дисциплин, уметь отвечать в короткие сроки на новые вызовы, а это обозначает, что только вместе, в тандеме это можно улучшить, дополняя друг друга, работая в интеграции университеты + академические институты + лаборатории + высокотехнологический бизнес, подкрепленный новыми. Большим положительным моментом и является тот факт, что в Томске работают практически все крупнейшие российские компании, в числе которых "Газпром", "Росатом", "Роскосмос", "СИБУР" и другие. "Через свои R'n'D-центры и совместные лаборатории они создают новые отрасли экономики, выявляя талантливых молодых ученых и специалистов. Задача власти – объединить усилия ученых и производственников. А также, научно-образовательный комплекс Томской области признан ключевым в социально-экономическом развитии региона. С целью объединения ресурсов и повышения конкурентоспособности на мировой арене вузы и НИИ региона решили создать Большой университет Томска, в котором все они сохраняют свою автономию. Томские вузы и НИИ оформили интеграцию подписанием хартии, при подписании документа все организации оставляют за собой автономию.

Действия научно-образовательного комплекса в рамках Большого университета Томска — это уникальный и показательный пример. ⁴³ В

течение 4,5 лет вузы Томска смогли найти точки усиления друг друга и в тандеме достойно показали себя в проекте «Приоритет 2030» и уже получили поддержку государства, в планах строительство междуниверситетского кампуса. Представительство томских вузов и НИИ, объединенных в Большой университет Томска, откроют в Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS, Индонезия). Вузы планируют запускать совместные образовательные программы и реализовывать эко-проекты. В этом году участники Большого университета выиграли несколько крупнейших проектов, совокупный бюджет которых — более 3,5 млрд. А также, в новом учебном году студенты смогут по общей кампусной карте посещать спортивные и учебные комплексы и разрабатывать совместные проекты. Такая интеграция позволит повысить конкурентоспособность российского образования и развитие Томска как города-университета. Планируется, что после апробации в Сибири «большие университеты» появятся и в других регионах России.

2.2. Роль и значение научно-образовательного туризма в России и регионе.

Туристские организации могут оказывать различные услуги научным обществам (проведение встреч, семинаров, мероприятий, обеспечивающих получение научной информации, посещение научных объектов и прочее).

В век научно-технической революции научные комплексы являются важным ресурсом научно-познавательного туризма. К числу наиболее популярных научных объектов следует отнести специализированные музеи и выставки, планетарии, а также атомные станции, космические центры, заповедники, аквариумы и так далее. Экскурсии на научные объекты могут быть организованы как для специалистов в конкретной области знаний, так и для массовых туристов. Например, космический Центр управления полетами имени Джона Кеннеди во Флориде ежегодно привлекает огромное число туристов и предлагает образовательную и научную информацию даже неискушенным в этой области знаний туристам.

В мировом туризме спросом пользуются, прежде всего, путешествия в дальние, считающиеся экзотическими страны, круизы и отпуск в отелях с полным пансионом, включающим и напитки, а также специализированные поездки, которые организуются, например, для искателей приключений, тех, для кого дикая природа - предмет бесконечного интереса, коллекционеров образцов народного художественного творчества и фольклора.

Особое место в этих проектах следует отвести научному и научно-образовательному туризму. *Научно-образовательный туризм* - понятие относительно новое. Новизна заключается в том, что именно сегодня, на наших глазах, научный и научно-образовательный туризм перестает быть экзотикой и становится предметом нормального рыночного обращения. Под научно-образовательным туризмом в данной работе понимается проектная деятельность, направленная на реализацию образовательных и научных потребностей различных категорий путешественников и экскурсантов. К ним могут быть отнесены потенциальные абитуриенты, студенты, аспиранты из различных регионов, а также широкие слои населения, интересующиеся современными научными достижениями и открытиями.

Россия обладает уникальными ресурсами для *научно-образовательного* туризма, а именно:

- развитой системой научных исследований в самых широких областях, сосредоточением которых является Российская академия наук (далее по тексту РАН);
- большим количеством разнообразных природных ландшафтных и биосферных заповедных зон;
- большим количеством разнообразных этнографически интересных районов;
- замечательными памятниками светской и церковной архитектуры;
- интереснейшими историческими, мемориальными комплексами

различных эпох;

— научными центрами и полигонами;

— лабораториями и научными школами;

— центрами различных национальных народных промыслов.

Все эти российские ресурсы практически мало освоены туристическим бизнесом Китая, Азии, Индии, Индонезии, Африки, северной Америки. Для их освоения предстоит немало поработать. Требуются и инвестиции, и продуманный план создания конкурентоспособных туристских продуктов. Между тем в настоящее время существует еще немного методик проектирования научных туристских продуктов (при котором приходится учитывать целый ряд специфических особенностей, не находящихся в поле зрения проектировщиков традиционных - рекреационных и познавательных и научно-образовательных - туристских продуктов). Существует и проблема кадров, способных организовывать проведение научных туров. Как показывают исследования ВТО, наиболее перспективны комбинированные туристские пакеты, так как в дальних турах клиент хочет ознакомиться с множеством разнообразных объектов. Туры такого рода рассчитаны на сравнительно небольшие группы при этом комбинация объектов посещения и участия может быть самая разнообразная. Россия - как раз такая страна, где экзотики, нетронутой природы, приключений, научных технологий пока еще предостаточно. Все эти ресурсы могут и должны быть задействованы в инновационных научно-образовательных туристских проектах -- как федеральных, так и региональных.

Научно-образовательный туризм - это два основных направления в туризме.

1) Ознакомительный. При этом туристам демонстрируются природные и антропогенные объекты, и даются квалифицированные пояснения по ним и проблемам, с ними связанным, по их месту в России и в мире,

2) Вспомогательное участие. В этом случае туристы принимают участие в научных и сопутствующих работах в качестве вспомогательного персонала, например, участвуют в реставрационных работах, работах в заповедниках

по сохранению редких животных, полевых научных исследованиях. Самостоятельные исследования туристов в сотрудничестве с научным персоналом.

Хотелось бы отметить, что организация *научно-образовательного* турбизнеса в России должна опираться на три основных момента:

— РАН, которая должна обеспечить надежную, интересную и привлекательную научную основу;

— туристские вузы и факультеты, призванные вместе с РАН разработать методики проектирования и проведения туров и обеспечить подготовку квалифицированных специалистов для туристских фирм, организующих научные туры;

— власти федеральные и местные, чья роль сводится к всемерной поддержке научно-туристских инноваций на законодательном уровне (федеральная власть) и на уровне режима наибольшего благоприятствования (местная власть).

Особенно остро этот вопрос может стоять на уровне муниципальных образований, прежде всего малых городов, положение которых сегодня зачастую просто критическое. А ведь именно развиваясь в регионах, сохранивших традиционные способы ведения хозяйства, научно-образовательный туризм (в своих экологической и этнографической ипостасях) способствует сохранению и возрождению национальных культур. Создается рынок сбыта сувенирной продукции, предметов народных промыслов, местные жители привлекаются к участию в театрализованных представлениях, фестивалях, народных праздниках и так далее.

Поэтому при составлении федеральных программ научного туризма необходимы меры по его поддержке на базе региональных уникальных объектов - природных и антропогенных. С целью решения - этих проблем совместным решением. РАН и Российской международной академии туризма (далее по тексту РМАТ) принята программа развития научного туризма в России. Одна из основных целей программы - пропаганда достижений и огромного потенциала РАН, ее возможностей, в том числе и на региональном уровне. Это могут быть и наукограды, и заповедники, и

корабли науки. Основной продукт программы - серия туров, разработанных и реализованных сотрудниками РАН и МРАТ. РАН располагает уникальными комплексами во всех сферах современной науки и возможностями продемонстрировать их на конкретных объектах. МРАТ располагает опытом по организации туристских продуктов, широкой сетью отделений и филиалов и связями с западными туроператорами для реализации туров. Примеры реализации научных туров, в том числе уникальных, уже есть и не только по линии РАН, Это и полеты иностранных туристов на Международную космическую станцию, осуществляемые Росавиакосмосом, и научные туры на ледокольных судах к Северному полюсу. Однако необходимо создание стройной и законченной системы российского научного туризма, И в первую очередь на региональном уровне. Таким образом, туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Научно-образовательный туризм можно классифицировать как вид туризма, который осуществляется:

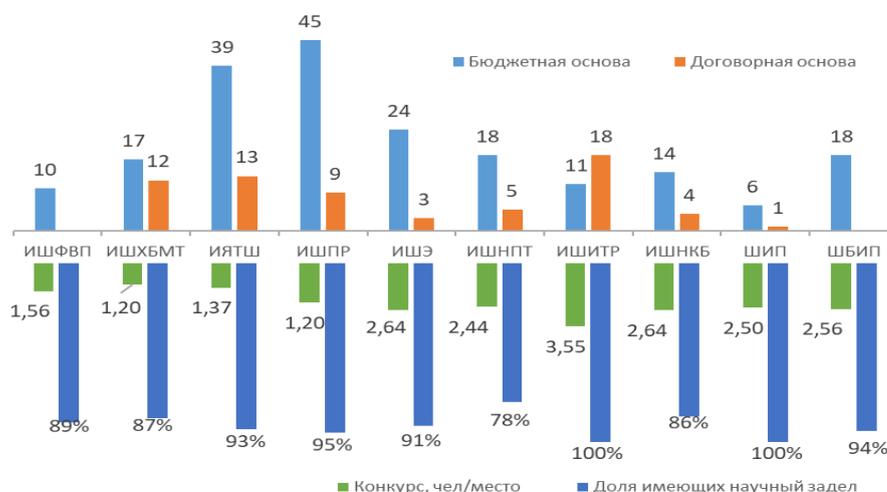
- с целью профессиональных исследований и представляющий интерес для науки;
- с практическими и учебными целями для студентов учебных учреждений;
- с целью ознакомления с историей научных исследований, уникальностью природных богатств и историко-культурного наследия для широкого круга людей.

2.3. Роль и развитие научно-образовательного туризма в ТПУ

Одной из стратегических задач развития Томского политехнического университета является формирование целостной системы подготовки и профессионального роста научных и научно-педагогических кадров, обеспечивающей условия для осуществления молодыми учеными научных исследований и разработок по прорывным научным направлениям, создания научных лабораторий и конкурентоспособных коллективов исследователей и разработчиков. В 2021 году конкурс в аспирантуру составил 2,21 человека на место, всего зачислено 267 человек, в том числе



АСПИРАНТЫ, ПОСТУПИВШИЕ В 2021 ГОДУ



на очную форму обучения 253 человека, 101 – граждане иностранных государств, 93 – выпускники других вузов. На бюджетной основе – 202 человека, на договорной основе – 65 человек.

Рис.1. Прием аспирантов в школы ТПУ на 2021 год.

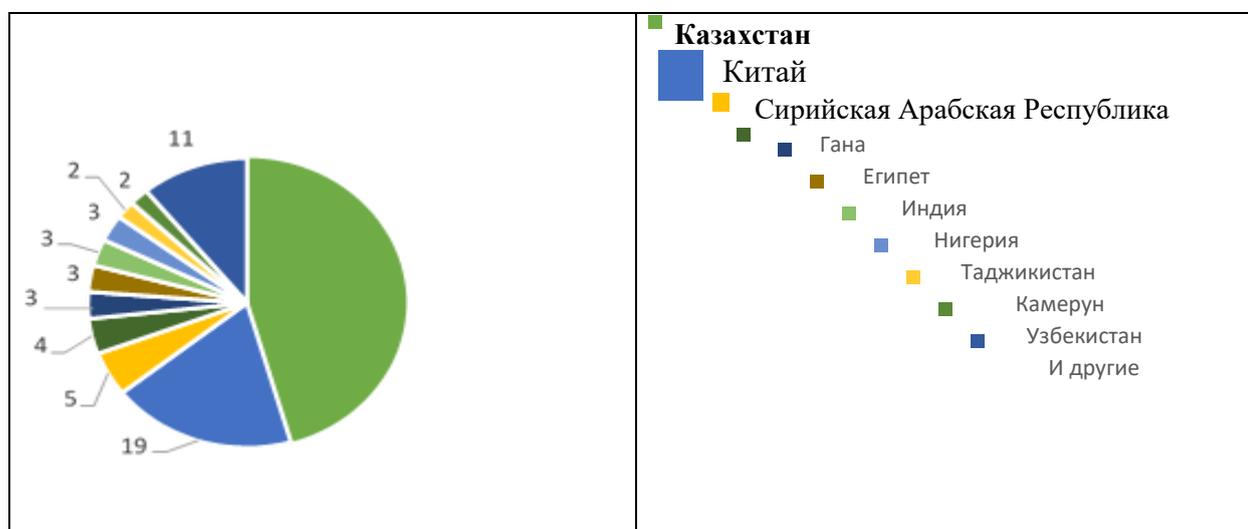


Рис. 2. Доля иностранных студентов на 2021-2022 гг. обучения по странам в ТПУ

Для анализа поступивших иностранных студентов в 2020 и 2021 году в ТПУ после проведения масштабных мероприятий в 2019 году по программе внедрения «Сетевых программ Большого университета: общий код качества» (УНИКО – университетская национальная инициатива качества образования), кейс-шоу: перспективные поля университетов и внедрения пилотного проекта «Большой университет»: страт-сессий, научные семинары, научно-образовательных мероприятий, конкурсов, приведена таблица 1.

Таблица 1. Доля иностранных студентов поступивших в ТПУ в 2020 и 2021

Иностранные студенты 2020	Иностранные студенты 2021
Всего: 806	Всего: 846
546 СНГ	616 СНГ
260 дальнее зарубежье	230 дальнее зарубежье

Как мы видим по таблице, что данные мероприятия не повлияли на привлечение иностранных студентов, но заинтересовало и задействовало больше из стран СНГ, мог повлиять и Covid-19, т.к. сложилась не благоприятная обстановка для пересечения территорий и границ.

Также, в целях выявления и привлечения в аспирантуру ТПУ граждан Российской Федерации и иностранных государств, наиболее подготовленных к научной деятельности и имеющих научный задел и опыт самостоятельного ведения научных исследований были проведены следующие мероприятия:

- при поступлении в аспирантуру ТПУ, наряду с вступительными испытаниями учитываются научные достижения (научное портфолио), которые оцениваются дополнительно (не более **130** баллов);
- олимпиада «Science Express» для выпускников магистратуры и молодых ученых, предполагающая зачисление победителей и призеров в аспирантуру по итогам Олимпиады. В 2021 году по результатам Олимпиады зачислено **48** человек;
- Олимпиада «Open Doors»

Ассоциации образовательных организаций ВО «Глобальные университеты» для абитуриентов магистратуры и аспирантуры, граждан иностранных государств с целью выявления талантливых абитуриентов аспирантуры, имеющих глубокие

сформированные компетенции и определенный задел в избранной профессиональной сфере. Олимпиада предоставляет им возможность в дистанционном формате оформить научное портфолио, пройти тестирование, выбрать научного руководителя и получить его предварительное согласие. Победители и призеры зачисляются в аспирантуру ТПУ по направлению Минобрнауки России. На участие в Олимпиаде 2022 направлены анкеты **11** предполагаемых научных руководителей.

Подготовка кадров высшей квалификации в университете ведется по **19** направлениям, включающим **70** профилей подготовки аспирантов и **32** специальности подготовки докторантов. В настоящее время в Томском политехническом университете обучается **871** аспирант, из них **818** человек на очной форме обучения и **202** обучающихся являются гражданами иностранных государств таких как: Вьетнам, Китай, Венесуэла, Египет, Ирак, Иран, Индия, Сирия, Гана, Индонезия, Судан, Эфиопии, Сербия, Нигерия, Казахстан, Киргизия Узбекистан и пр.

С целью *развития* научной активности аспирантов, студентов и школьников в университете проведено **44** научных мероприятия.

- ✓ **12** молодежных научных конференций (8 Международных, 3 Всероссийские, 1 межвузовская), 1 Школа молодых ученых и 4 Летние онлайн-Школы;

- ✓ **7** научных конкурсов, а также Всероссийский Фестиваль науки НАУКА 0+, конкурс «УМНИК», Региональный конкурс/проект «Юный инженер» для школьников.

- ✓ Также в 2021 году в ТПУ проведены **17** мероприятий в *новом формате* (4 Чемпионата: отборочный этапа международного Чемпионата и Всероссийский Чемпионат для школьников;

- ✓ Международный инженерный Чемпионат «Медиатек» (для школьников и студентов);

- ✓ Научно-образовательный семинар «Кейс-интенсив» при поддержке фондов;

- ✓ «Надежная смена» и «Росмолодежь»; Викторина «Ученые моей страны»; Интерактивный квест «Сеанс связи»;

- ✓ Мастер-класс «Научи робота говорить»; Хакатон для студентов;

Проект Уличное «Кафе предпринимательства» (5 лекций);

- ✓ Изобретательский батл;
- ✓ Лекторий для студентов «Всем наука», в рамках которого проведен лекций).



Рис.3 Молодежные научные мероприятия с 2019 по 2021 гг. в ТПУ

Были проведены *нестандартные олимпиады, новый формат.*



Рис.4 Молодежные олимпиады в ТПУ нового формата

В целях выявления и привлечения в аспирантуру ТПУ граждан Российской Федерации и иностранных государств, наиболее подготовленных к научной деятельности в 2021 году на базе ТПУ было проведено **23** научно-технических мероприятия, в том числе **16** международных, в которых приняло участие свыше **4 000** студентов, аспирантов, молодых ученых и научно-педагогических работников. 40% участников представляли сторонние организации, в том числе из зарубежных стран: Австрия, Алжир, Великобритания, Вьетнам, Гана, Зимбабве, Индия, Иран, Италия, Китай, Египет, Сирия, США, Чехия, Эквадор, ЮАР, страны ближнего зарубежья, данные приведены в таблице.

Таблица 2. Аспирантура ТПУ. Очная форма обучения. Бюджет.

	2019	2020	2021
КЦП	185	172	178
Количество заявлений	376	434	393
Конкурс в аспирантуру	2,03 чел./место	2,52 чел./место	2,21 чел./место
Зачислено	185 + 10 МОН	172+21 МОН	178+ 24 МОН
Количество поступивших с индивидуальными достижениями	118	148	172
Количество поступивших победителей Олимпиады «Science Express»	-	33	48
Количество поступивших выпускников ТПУ 2021 г.	134	120	121
Количество поступивших выпускников других вузов	14	39	35
Количество поступивших из СНГ, чел. / и в %	23 чел. / 12%	40 чел. / 21%	30 чел. / 17%
Количество поступивших из ДЗ (МОН), чел. / и в %	10 чел. / 5%	17 чел. / 11%	24 чел. /11%

2.4 Разработка пилотного проекта на примере ТПУ

При формировании пилотного проекта за основу были взяты следующие моменты:

- потребность заказчика консорциума «Большой университет»
- потребность рынка образовательных услуг и выполнении ТПУ программы «Приоритет 2030» по привлечению новых абитуриентов, увеличению количества иностранных студентов обучающихся,
- популяризация науки и техники и внедрение в регионе программы «Больше, чем наука»

На анализе полученных данных при исследовании данной ВКР можно сделать вывод, что при помощи популяризации среди молодого поколения научно-образовательного туризма возможно создать хороший продукт, программу и платформу, на которой молодые люди могли бы регистрироваться, быстро находить себе необходимую информацию и осуществить свои образовательные цели и мечты и таким продуктом может являться консорциум «Большой университет», т.к. вузовский комплекс Томской области один из старейших в России. Он начал свое формирование в конце XIX века с учреждением в 1878 указом императора Александра II Императорского Сибирского университета в г. Томске (ныне – Национальный исследовательский Томский государственный университет – ТГУ) – первого университета за Уралом. В 1888 году произошло его открытие и первый набор студентов на медицинский факультет, при университете существует библиотека с уникальным фондом редких книг и ботаническим садом. ТПИ, ныне Томский политехнический университет открыт в 1896 году, известен своими лабораториями, музейным комплексом, в который входят музеи: минералогический музей, музей физики, музей истории ТПУ, музей академиков, палеонтологический музей, ТГПУ - 1902 – год основания Томского учительского института, учрежденного «...по высочайшему повелению Государя Императора Николая II...». В настоящее время его преемником является Томский государственный

педагогический университет (ТГПУ). Музей нормальной и патологической анатомии Сибирского государственного медуниверситета (СибГМУ). В Академгородке - Институт оптики атмосферы СО РАН, Институт физики прочности и материаловедения СО РАН, где можно увидеть уникальное оборудование для 3d-печати металлических изделий и понаблюдать за изготовлением специальных деталей для авиации и космонавтики. ТУСУР – робототехника, музей радио и электронной техники.

Пилотный проект научно-образовательный туризм.

В современных программах, объявленных в РФ: «Больше, чем наука», «Россия – страна возможностей», «Студтуризм» и др. основной задачей является знакомство молодежи с новыми регионами, новыми возможностями, популяризации науки среди молодого поколения. При разработке объектов показа были взяты свои собственные наблюдения, т.к. с 2006 года провожу экскурсии на иностранном языке, имею опыт проведения и сопровождения деловых групп, а также являюсь преподавателем ТПУ. Был проведен опрос среди студентов иностранцев, молодых исследователей.

Студенты и магистры ТПУ высказали мнение, что под объектами показа научно-образовательного туризма они бы включили:

- музей истории ТПУ,
- музей минералогии ТПУ,
- библиотека ТГУ с её уникальным собранием старинных книг,
- Ботанический сад ТГУ,
- ТУСУР и его музей радио и электронной техники,
- СибГМУ и его титаны и кариатиды на здании,
- ТГПУ и его музей торфа,

- ТГАСУ и его музей науки и техники,
- учебный исследовательский ядерный реактор в ТПУ,
- Научный парк при ТПУ,
- полигон учебных геологических практик в Хакасии,
- технико-внедренческая зона в Академгородке и его институты,
- мемориальный кабинет академиков В.А. Обручева-М.А.Усова.

Большим интересом среди молодого поколения пользуются маршруты с интерактивной составляющей, чтобы можно было слушать-видеть-осознать-что-то сделать своими руками и получить на память, такая экскурсия никогда не оставит равнодушным ни одного молодого человека, тем более наука становится всё более открытой для повседневного обывателя и переходит из разряда чего-то элитного и доступного не для каждого человека, более открытой площадкой с появлением интерактивных технологий, нового оборудования в музеях, лабораториях. Таким образом в вузах, научных центрах появляется большая площадка для привлечения новых слушателей, абитуриентов, молодых исследователей, а также для музейных комплексов и библиотек открывается «второе дыхание» для привлечения молодежи. Даже не каждый из нас, кто провел практически всю свою жизнь в Томске, не сможет назвать объекты, которые можно показать или сам на этих объектах никогда не был. Если экскурсию и показ объектов ведет профессионал и человек, понимающий в этом, даже сухой текст экскурсии будет звучать по-новому.

В работе ВКР было выяснено, что научно-образовательный туризм имеет черты, такие, как: научность, мобильность, обмен знаниями, экспериментальность, то объектами показа могут являться как сами здания вузов и НИИ, так и лаборатории, музеи и научные-центры.

В основном экскурсия длится от 1,5-2,5 часов и мы ограничены временным ресурсом, для пилотного проекта был разработан фрагмент элемента

научно-образовательного туризма для группы иностранцев ТПУ, магистры по направлению «Ядерная физика». Предлагается для удобства формирования плана мероприятия разбить его *на этапы*: подготовительный, основной, заключительный, рефлексия. На подготовительном этапе студентам-магистрантам была предложена тема для подготовки в пределах проведения конференции, но на которой они рассказывают не о своих сейчас опытах и исследованиях, а об ученых и известных изобретениях, которые способствовали продвижению этого феномена\явления в науке и технике. Ребятам понравилась эта идея, тем более с точки зрения воспитательной для преподавателя это важно сформировать интерес с изучаемой теме, вы можете использовать методический элемент как «перевернутый класс», это разновидность смешанного обучения.

Родоначалниками модели перевернутого класса считаются два учителя – Джонатан Бергман (Jonathan Bergman) и Аарон Сэмс (Aaron Sams), которые в 2007 году сначала придумали, как обеспечить своими лекциями спортсменов, часто пропускающих занятия, а затем развили эту идею в новое образовательное направление.

Перевернутый класс (урок) — это модель обучения, при которой учитель предоставляет материал для самостоятельного изучения дома, а на очном занятии проходит практическое закрепление материала”. Для перевернутого обучения характерно использование водкастов (vodcast), подкастов (podcast), и преводкастинга (pre-vodcasting).

Подкаст (Podcast) — это звуковой файл (аудиолекция), который его создатель рассылает по подписке через интернет. Получатели могут скачивать подкасты на свои устройства, как стационарные, так и мобильные, или слушать лекции в режиме онлайн.

Водкаст (Vodcast от video-on-demand, т.е. видео по запросу) — это примерно то же самое, что подкаст, только с видеофайлами.

Пре-водкастинг (Pre-Vodcasting) – это образовательный метод, в котором школьный учитель или преподаватель вуза создает водкаст со своей лекцией, чтобы учащиеся получили представление о теме еще до занятия, на котором эта тема будет рассмотрена. Метод пре-водкастинга – это первоначальное название метода перевернутого класса.

Существует технология использования водкастов в учебном процессе с применением специального программного обеспечения:

-CMS (Content Management System, система управления содержимым) – используется для создания и управления содержанием учебных материалов;

-LMS (Learning Management System, система дистанционного обучения) – обеспечивает доступ к учебным материалам, организацию обратных и горизонтальных связей и т.п.

Пример водкаста, созданного в программе iSpring Suite:

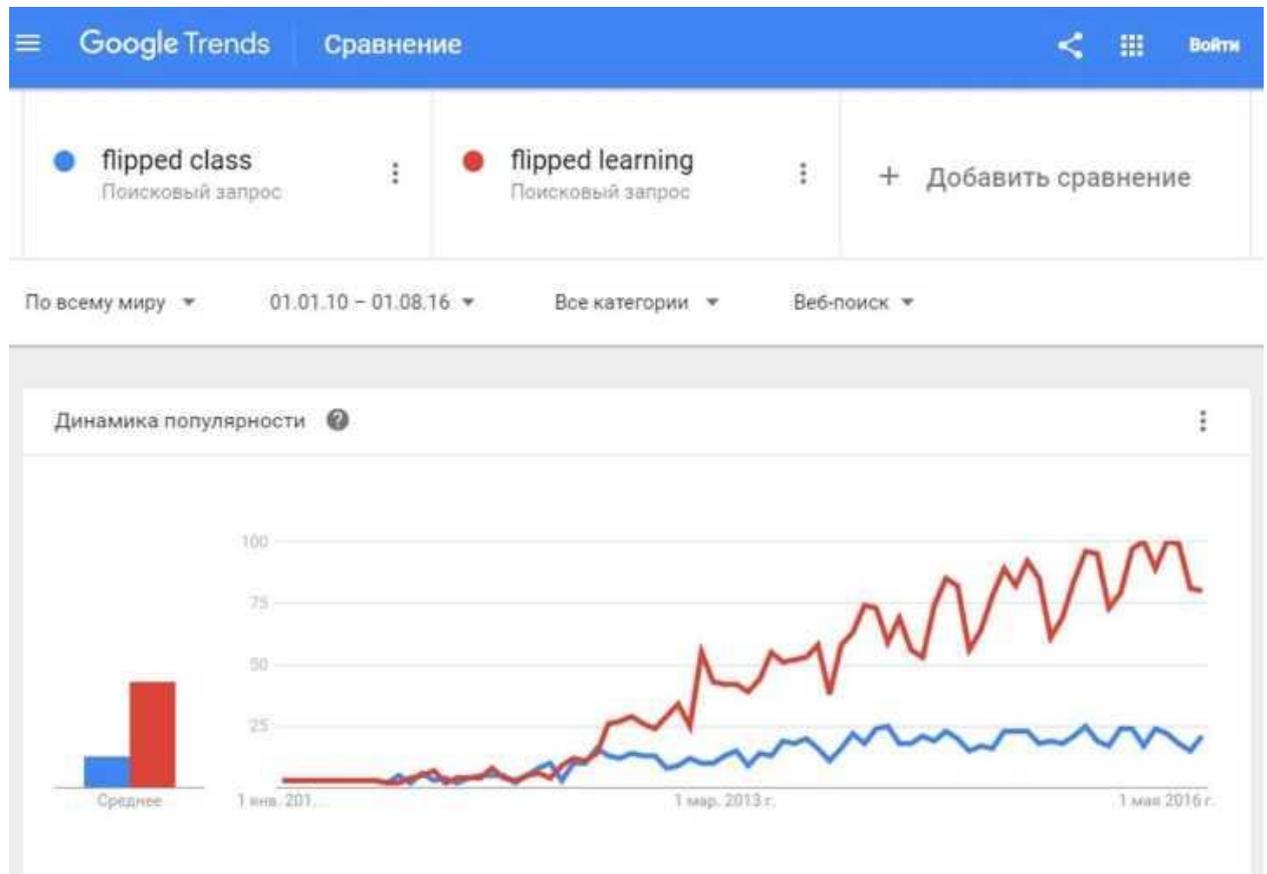
Перевернутый класс (Flipped Class) – это модель обучения, в которой выполнение домашней работы, помимо прочего, включает в себя применение технологий подкаста:

- просмотр видеолекции;
- чтение учебных текстов, рассмотрение поясняющих рисунков;
- прохождение тестов на начальное усвоение темы.

Классная работа посвящается разбору сложной теоретической части и вопросов, возникших у учащихся в процессе выполнения домашней работы (не более 25-30% времени). Также в классе учащиеся под наблюдением учителя решают практические задачи и выполняют исследовательские задания. После занятия в классе дома завершаются практические задачи, выполняются тесты на понимание и закрепление пройденной темы.

Популярность модели перевернутого обучения продолжает расти. Это подтверждается диаграммой, полученной с помощью Google Trends. В качестве ключевых терминов используются Flipped Class и Flipped Learning.

Таблица 3. Диаграмма «Перевернутый класс»



Большое количество информации и новые требования в образовании дают возможность осуществлять образовательную деятельность с помощью этой методики, а наиболее эффективно реализовать данные требования позволяет именно модель перевернутого класса.

Требования к ученикам:

-Учащиеся должны использовать в процессе обучения обученитехнологические инструменты, а также “персонализировать учебное пространство для углубления знаний”.

-Студенты должны понимать специфику обучения в цифровом мире и

действовать только безопасными и законными методами (Цифровой гражданин)

-При изучении материала учащийся должен мыслить критически.

-Важно не только изучить существующие материалы, но и уметь “решать проблемы путем создания новых решений”.

Туристские организации могут оказывать различные услуги научным обществам (проведение встреч, семинаров, мероприятий, обеспечивающих получение научной информации, посещение научных объектов и прочее).

Вторым этапом является само посещение музея ТПУ, в течение часа студенты слушают об истории ТПУ, его заслуженных деятелях и т.к. они уже дома подготовили свои доклады, им не было сложно воспринимать эту информацию. В течение экскурсии студенты могли прикасаться к экспонатам, делать фото, переодеться в одежду, представленную в музее и представить себя в роли профессора, все эти моменты позволяют студенту прочувствовать ту атмосферу времени, уважительно относиться к истории. Затем студенты представили каждый свой доклад с презентацией о научном деятеле.

В *заключительном этапе* студенты получали сертификаты за принятое участие в конференции. Сделали групповое фото.

Этап рефлексия – в устной форме каждый студент высказал свое мнение и впечатление, которое произвел на него урок с элементами научно-образовательного туризма. Все отзывы были только позитивными и ребята были мотивированы принимать участи в конференциях.

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

Консорциум «Большой университет» был создан в 2019 году, в консорциум вошли вузы Томска, НИИ, научные центры, в 2021 году была подписана хартия вузов в ТГУ, в которой каждая организация оставляет за собой автономность. Вузы Томска смогли найти точки взаимопомощи друг другу и в тандеме достойно показали себя в проекте «Приоритет 2030» и уже

получили поддержку государства, в планах строительство междууниверситетского кампуса. Представительство томских вузов и НИИ, объединенных в Большой университет Томска, откроют в Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS, Индонезия). Вузы планируют запускать совместные образовательные программы и реализовывать эко-проекты. В этом году участники Большого университета выиграли несколько крупнейших проектов, совокупный бюджет которых — более 3,5 млрд. А также, в новом учебном году студенты смогут по общей кампусной карте посещать спортивные и учебные комплексы и разрабатывать совместные проекты.

Несмотря на небольшой срок существования консорциума «Большой университет» он смог объединить многих молодых ученых, исследователей, привлечь новых абитуриентов, магистрантов, научных сотрудников, недавно прошла общая олимпиада, где в первый раз участвовали сразу студенты из всех вузов Томска и объединил их консорциум «Большой университет», также, совместно был проведен концерт «День Африки», посвященный независимости Африки, на концерте присутствовали иностранные студенты, магистранты из всех вузов.

В век научно-технической революции научные комплексы являются важным ресурсом научно-познавательного туризма. К числу наиболее популярных научных объектов следует отнести специализированные музеи и выставки, планетарии, а также атомные станции, космические центры, заповедники, аквариумы и так далее. Экскурсии на научные объекты могут быть организованы как для специалистов в конкретной области знаний, так и для массовых туристов.

Россия обладает уникальными ресурсами для *научно-образовательного* туризма, а именно:

— развитой системой научных исследований в самых широких областях, сосредоточением которых является Российская академия наук (далее по тексту РАН);

— большим количеством разнообразных природных ландшафтных и биосферных заповедных зон;

- большим количеством разнообразных этнографически интересных районов;
- замечательными памятниками светской и церковной архитектуры;
- интереснейшими историческими, мемориальными комплексами различных эпох;
- научными центрами и полигонами;
- лабораториями и научными школами;
- центрами различных национальных народных промыслов.

Все эти российские ресурсы практически мало освоены туристическим бизнесом Китая, Азии, Индии, Индонезии, Африки, северной Америки.

Для их освоения предстоит немало поработать. Одним из выходов может являться предложенный в ВКР пилотный проект научно-образовательный туризм как продвижение на мировую арену «Большой университет», в объекты показа вошли: научные центры, лаборатории, музеи, научный полигон, технико-внедренческая зона. Рекомендации по показу такого рода объектов могут быть следующие: доступность и безопасность объекта, его значимость с точки зрения научно-образовательного подхода, наглядность, исследования должны нести прикладной характер для дальнейшей работы молодых исследователей, возможно внедрение как одного из элементов научно-образовательного туризма выступление на конференции, симпозиуме, конгрессе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе исследования мы выявили что существует более 200 видов туризма, под туризмом понимается частный случай путешествий, имеющий четкие отграничения из общности, строго определенные характеристики, имеет множество определений в понятийном смысле. В отличие от путешествий, туризм – категория, испытывающая сильное влияние

экономики и политики, обладает дуализмом внутренней природы. В современной литературе выделяют обучающий и научный туризм, мы в своей работе попытались дать понятие новому виду туризма, который только начинает зарождаться из-за новых тенденций в политике и экономике и постановкой новых целей от правительства, которые необходимо решить в кратчайшие сроки, а именно, привлечение и вовлечение в мир науки и технологий как можно больше людей молодого поколения. В работе мы попытались конкретизировать понятие научно-образовательного туризма, т.к. его часто путают с познавательным туризмом. Под научно-образовательным туризмом в данной работе понимается проектная деятельность, направленная на реализацию образовательных и научных потребностей различных категорий путешественников и экскурсантов. К ним могут быть отнесены потенциальные абитуриенты, студенты, магистранты, аспиранты, исследователи из различных регионов, а также широкие слои населения, интересующиеся современными научными достижениями и открытиями. В связи с новыми реалиями, в которых приходится сейчас существовать России в связи с санкциями, новыми вызовами в разных сферах экономики, политики и образовании. Становится актуальным вопрос о привлечении молодежи в новые научные проекты, заинтересовать будущих абитуриентов наукой и техникой, появляется необходимость в популяризации науки через научный, образовательный и научно-образовательный туризм, т.к. среди молодых людей постепенно начинает проявляться такой турист, который хочет проводить путешествие не только пассивно, но и активно расширять свой кругозор, заниматься новыми проектами, находится в поисках не только новых путешествий и впечатлений, но и новых открытий, в расширении научных и академических возможностей при посещении научных центров, академгородков, лабораторий нового поколения, научных полигонов, музеев и т.п.. поэтому постепенно появляются тенденции по привлечению молодежи в науку путем внедрения разных форм обучения и одной из форм может стать пилотный проект на базе консорциума «Большого университета», который и был создан в Томске из 6 вузов и НИИ, с целью увеличения

узнаваемости не только среди студентов нашего региона, но и соседних областей, ближнего и дальнего зарубежья.

Результаты нашего исследования показали, что и в небольшой доле, но уже проявляются тенденции к узнаванию и признанию консорциума «Большой университет Томска» среди молодого поколения, молодых исследователей и людей, работающих в науке. Опрос студентов показал, что научно-образовательный туризм действительно имеет положительную тенденцию к популяризации науки среди молодежи, они активнее принимают участие в разных научных проектах, участвуют в конференциях, чаще заходят в систему поиска Интернет чтобы найти новые мероприятия, маршруты, олимпиады, конкурсы. Интернациональное общение на разных форумах, научных мероприятиях, научных центрах и лабораториях стимулирует и наших студентов больше принимать участие в развитии науки и техники, а также проекты от Минобразования позволяют ребятам осуществлять свои мечты и знакомство с наукой не как чем-то непонятным, сложным и неизвестным, а интересным, загадочным, имеющим массу возможностей для познания мира науки и новых технологий путем собственного погружения и стать участником данного процесса. Апробированный пилотный проект на группе иностранных студентов, магистров «Ядерная физика» показал отличный результат по внедрению научно-образовательного туризма, который в дальнейшем может быть применен на разных группах исходя из интересов потребителя. Такой инструмент может быть и интересен с точки зрения как воспитательной, так и образовательной, т.к. реально повышает заинтересованность ребят в процессе, они становятся не наблюдателями процесса, а непосредственно участниками образования такого процесса как научно-образовательный туризм, повышает мотивацию к получению новых знаний и стимулирует к более качественной работе над проектами, т.к. в образовании получается как эффект соревнования, т.к. по истечению к-л работы, презентации, исследования ребята получают вознаграждение в виде признания, сертификата, грамоты, памятный подарок или новый туристический продукт в виде путешествия-ваучера. Таким образом мы получаем эффект внедрения большого количества молодежи в науку путем

вовлечения в разные формы работы. Исследования данной темы является интересным с точки зрения проведения анкетирования на более обширной группе людей на начальном этапе – узнавания об консорциуме «Большой университет», в процессе участия в проектах «Большого университета» и в заключительном этапе на мероприятии вручения призов, сертификатов и т.п.

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
ЗНМ13	Полонская Марина Сергеевна

Школа	УОД УНЦ ОТВПО	Направление	Инноватика
Уровень образования	магистратура		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
<i>Список законодательных и нормативных документов по теме</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Трудовой кодекс Российской Федерации 2. Нормативная документация ТПУ 3. Хартия «Большой университет Томска» 4. ГОСТ Р ИСО 26000-2010; 5. GRI (Global Reporting Initiative) 6. Сайт ООН – Концепция устойчивого развития
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
<i>1.Определение КСО, описание внутренней и внешней корпоративной ответственности организации.</i>	Содержание подразделов: а)уровни корпоративной социальной ответственности организации; б)виды социальной ответственности в зависимости от её уровня, примеры
<i>2.Анализ стейкхолдеров консорциума «Большой университет»</i>	Содержание подразделов: а)важность учета нужд всех заинтересованных сторон для деятельности консорциума «Большой университет Томска», университета ТПУ; б)группы стейкхолдеров консорциума «Большой университет», примеры
<i>3.Анализ влияния диссертационного проекта на группы стейкхолдеров</i>	Содержание подразделов: а) положительное влияние диссертационного проекта на стейкхолдеров консорциума «Большой университет Томска», университета ТПУ; б)отрицательное влияние диссертационного проекта на стейкхолдеров консорциума «Большой университет»; в)ключевые способы предотвращения отрицательного воздействия.
<i>4.Анализ нормативных документов регулирования КСО ТПУ, консорциума «Большой университет»</i>	Содержание подразделов: а) Устав ТПУ; б) Этический кодекс ТПУ; в) Коллективный договор ТПУ до 2025 г.; г) Положения, регламенты и пр. д) Хартия «Большой университет»
Перечень графического материала:	

<i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчетному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i>	Графические материалы к разделу отсутствуют.
---	--

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОТВПО	Гиниятова Е.В.	канд. филос. наук		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ13	Полонская Марина Сергеевна		

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

1. Описание внутренней и внешней корпоративной социальной ответственности организации.

Корпоративная социальная ответственность вуза

Существует несколько определений КСО, т.к. каждая организация понимает по-своему социальную ответственность. Так, например, автор Черепанова Н.В. дает следующую характеристику для корпоративной социальной ответственности, в которую вкладывает следующие понятия: 1) комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды; 2) нацеленность бизнеса на устойчивое развитие [11]; 3) добровольное участие бизнеса в улучшении жизни общества. Иными словами, социальная ответственность бизнеса – концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта/услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом [12]. Любой анализ программ корпоративной социальной ответственности предполагает изучение уровней КСО. Согласно позиции А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, ее можно представить в виде пирамиды. В основе пирамиды располагается *экономическая* ответственность, которая определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. *Правовая* ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, зафиксированным в правовых нормах. *Этическая* ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали. *Филантропическая* ответственность побуждает компанию к действиям,

направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ. Применим данные принципы по отношению нашей организации – ТПУ и затем рассмотрим принципы на примере консорциума «Большой университет»

Под *КСО организации* понимается выполнение организацией, а именно ТПУ, социальных обязательств перед сотрудником, закрепленных законом, и готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы по оплате труда сотрудника, таким из основных обязательств является трудовой договор, который подписывается между сотрудником и ТПУ, которого принимает ТПУ на работу на определенных условиях, в нем описаны права и обязанности двух сторон. К тому же, в государственных и автономных организациях, к которым и относится ТПУ, ещё относят и корпоративную этику, поведение, образ, бренд. А также, КСО — это готовность добровольно нести необязательные расходы на социальные нужды сверх пределов, установленных налоговым, трудовым, экологическим и иным законодательством, исходя не из требований закона, а по моральным, этическим соображениям, таким, по-моему, может являться профсоюзная организация, корпоративные скидки или дисконт-карта для сотрудников ТПУ на определенные виды товаров и услуг, медицинское обслуживание и медицинский осмотр, который проводит ТПУ для сотрудников каждый год, предупреждая болезни и выходы сотрудников на больничный, а также, возродившееся движение в ТПУ – спорт, разные клубы: плавание, кёрлинг, бег, разные соревнования, думаю, что также можно отнести к корпоративной культуре организации. Выявление на первых этапах приема на работу сотрудника в течение собеседования и честное объяснение прав и обязанностей, «чистая\белая» заработная плата, повышенный коэффициент, законный отпуск, социальные защиты и гарантии на рабочем месте, выплата заработной платы в срок, доступность к информации об эпидемии, пожаре, другой опасности, бесплатные курсы повышения квалификации, а также курсы по противодействию коррупции, первой помощи, соблюдение права сотрудником на безопасный труд,

хорошо освещенное помещение, оборудованное рабочее место, открытость и безопасность в высказывании на собраниях ТПУ своего мнения – всё это может являться социальной ответственностью предприятия, в частности, ТПУ перед сотрудником.

Под *корпоративной этикой* понимается система моральных принципов, норм нравственного поведения, оказывающих регулирующее воздействие на отношения внутри одной организации и на взаимодействие с другими организациями. Субъектами корпоративной этики являются: владельцы, руководители и работники организации. В ТПУ существует этический кодекс ТПУ, в котором разъясняются основные моменты, принципы и миссия ТПУ.

Основами являются честность и открытость.

Если рассмотреть этический кодекс ТПУ, то основными моментами для преподавателя являются следующие пункты:

- взаимное доверие и взаимное уважение - основа отношений внутри нашего университета. Особенно важным мы признаем этот принцип в отношении образовательной деятельности и этики преподавателя.

- преподаватель ведет свою деятельность на принципах уважения достоинства, а также психической и физической неприкосновенности обучающихся.

- преподаватель стремится к постоянному повышению своего профессионального уровня, владению наиболее современными педагогическими методами и применению в повседневной работе широкого спектра передовых знаний, в том числе на основе современного российского и зарубежного опыта.

Внутренняя и внешняя корпоративная ответственность.

Однозначного определения КСО не существует, поэтому каждая организация и ТПУ вкладывают свой смысл в это понятие.

Существует внутренняя и внешняя ответственность.

Рассмотрим КСО как социальную ответственность ТПУ перед сотрудниками и студентами.

Принципы *внутренней* социальной ответственности направлены, в первую очередь, на повышение благосостояния компании и повышение качества жизни сотрудников. Например, «социальный пакет» тоже относится к принципам внутренней КСО, оплачиваемый отпуск, хотя предоставление отпуска является соблюдением работодателя Трудового Кодекса. [13]

Поэтому в качестве примера внутренней корпоративной социальной ответственности стоит рассматривать те программы, инициатива проведения которых принадлежит работодателю.

На пример:

- Льготные путевки сотрудникам компании и членам их семей
- Дополнительное медицинское страхование
- Организация курсов для повышения квалификации

Каждая организация имеет свой перечень программ внутренней корпоративной социальной ответственности.

Так ещё одним примером социальной ответственности ТПУ можно привести такой: после ковид-19, для студентов стали делать «витаминные дни», на которых волонтеры ТПУ выдают разные фрукты при входе в корпус или проведение разных викторин и популяризации идеи, что умным быть это круто и за каждый правильный ответ, также волонтеры выдают к-л приз, обычно это вопросы, связанные с жизнью науки и техники или известными изобретателями ТПУ или др. организаций.

Внешняя КСО

К внешней КСО можно отнести как ТПУ влияет на общество, т.е. выпускники, которые потом идут работать на предприятия не только региона, но и за пределами Томска, это могут быть проекты, нацеленные на экологические моменты, как например, сейчас вводится осознание будущим инженерам концепции об устойчивом развитии ООН [11] ресурсосберегающие технологии и технологии на упреждение поломок, утечек, затрат. А также, это может быть и спонсорство и благотворительность, такая как – помощь ТПУ и его сотрудников при сборе

финансов, вещей на Донбасс, организация мероприятий за счет средств организации, таким примером может послужить Фиджитал День, который был придуман под агитационную программу по набору новых абитуриентов, а будущие инженеры это необходимый человеческий ресурс, в связи со сложившейся политической ситуацией и они необходимы сейчас в России.

Также, это разнообразные мероприятия по защите окружающей среды, например, сбор макулатуры, отработанных батареек и т.п., которые довольно часто проводится в корпусах ТПУ.

К *внешним проявлениям КСО* можно отнести и относительно недавнюю идею о создании консорциума «Большой университет» и это можно отнести к взаимодействию ТПУ, властью и обществом, внося идею о популяризации науки и появлению новых маршрутов для показа в пределах новой программы научно-образовательный туризм: Больше, чем наука.

2. Анализ стейкхолдеров консорциума «Большой университет»

Проанализировав ключевые позиции 17 целей ООН, можно выделить следующие пункты, которые хорошо подходят и могут решать прямо или косвенно некоторые проблемы при организации данного пилотного проекта консорциум «Большой университет», а именно: пункты 3,4,5, 8-9, 11-12,

3 – хорошее здоровье и благосостояние

4 – качественное образование

5 – гендерное равенство

8 – достойная заработная плата и экономический рост

9 – индустриализация и инновации, инфраструктура

11 – устойчивые города и населенные пункты

12 – ответственное потребление и производство

Основным *принципом* является следующий концепт: люди – это наш основной капитал. Развитие государства базируется на развитии его

граждан, которое, в свою очередь в значительной мере зависит от уровня образования. В современном мире постепенно появляется новый турист, который хочет не только пассивно отдыхать, но и получать новые знания. Появляется такой термин, как образование через всю жизнь, непрерывное образование, образование для «третьего поколения». В связи с глобализацией значимость образования и постоянного повышения кругозора имеет место быть и тенденция к совершенствованию и овладению новыми знаниями через путешествия.

Чтобы сделать образование в России привлекательным для иностранных студентов, в стране реализуется проект Экспорт Российского образования. В 2017 г был принят закон, облегчающий получение и продление студенческой визы для иностранных обучающихся. Также в российских вузах реализуются программы бакалавриата и магистратуры полностью на английском языке для привлекательности иностранных студентов

Высшее образование РФ образует своеобразную корпорацию, со своими особенностями и интересами. Как и у каждой компании, на базе ТПУ есть своя корпоративная культура (был принят также корпоративный кодекс ТПУ), неразрывно связанная с эффективностью деятельности. Эта корпоративная культура основывается на понимании роли человека в социальном разделении труда и в новом понимании социальной ответственности. Также были разработаны нормы использования корпоративной атрибутики – официальный брендбук. Брендирование ТПУ – важная составляющая имиджа вуза. Уважение к внешней атрибутике – это проявление уважения каждой школы и каждого подразделения к своему позиционированию и к позиционированию ТПУ в целом. Являясь корпорацией высокой социальной ответственности, ТПУ не только предоставляет образовательные услуги высокого качества, но и активно участвует в обеспечении социальной стабильности региона. Корпорация социальной ответственности (КСО) придерживается следующих принципов:

- Открытость – прозрачность и публичность любой информации о вузе (закупки, эл ректора и его административного аппарата);
- Системность – единство во времени и пространстве, интегрированность.
- Значимость – актуальность, масштабность и эффективность самого вуза.
- Недопущение конфликтов – отказа от поддержки националистических движений, политическая неангажированность, дистанцированность от церкви. Социальная активность вуза выражается в участии в различных социальных программах. Отличительными характеристиками являются: добровольность проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития университета. В рамках каждой компании разрабатывается внутренняя и внешняя КСО. Внутренняя социальная ответственность – это ответственность, реализуемая при помощи инвестиций, направленных внутрь этой компании (отношение сотрудников и администрации вуза). Внешняя социальная ответственность – это ответственность, которая ориентирована на защиту интересов внешних групп заинтересованных сторон (потребители, заказчики, местное сообщество, общество в целом). Важнейшим направлением внешней КСО является спонсорство и благотворительность (в ТПУ это – ассоциация старейшин, ассоциация выпускников, фонд целевого капитала ТПУ). Не менее важным элементом внешней КСО является охрана окружающей среды, а именно, утилизация и переработка отходов, использование вторсырья, ресурсосбережение экономное энергопотребление (в ТПУ - это отключение горячей воды в корпусах в период отключения отопительной системы), снижение вредных выбросов в окружающую среду, реализация природоохранных мероприятий. Корпоративная культура университета основана на принципах воспитания гармонично развитой личности, умеющей изъясняться на иностранном языке, способной генерировать и реализовывать инновационные идеи в интересах вуза и общества. Анализ эффективности программ КСО учебного

процесса в ТПУ.

Определение основных и косвенных стейкхолдеров процесса

Т.к. пилотный проект «Научно-образовательный туризм как экспериментальный инструмент продвижения консорциума «Большой университет Томска»» относится к крупным проектам и долговременным, поэтому в нем будет задействовано большое кол-во участников\стейкхолдеров.

Был составлен список стейкхолдеров состоящий из: прямых и косвенных стейкхолдеров:

Таблица 1. Стейкхолдеры пилотного проекта «Большой университет Томск»

Прямые	косвенные
-школьники 10-11 классов	-туристические компании
-студенты	-гостиницы, отели
-родители студентов и их знакомые	-обслуживающий персонал
-профессорско-преподавательский состав	-службы питания
-руководители вузов	-здравоохранение
-министерство образования	-больницы и госпитали
-потенциальные работодатели	-врачи
- администрация г Томска	-Службы безопасности
-руководство РФ, президент	-СМИ, информационные платформы
	-общественность
	-жители Томска и региона

<ul style="list-style-type: none"> -студенты иностранцы и их родители -общественный транспорт -дороги и обслуживающий персонал -аэропорт и обслуживающий персонал - квалифицированные специалисты в сфере предоставления туристический услуг -гиды, гиды- переводчики -департамент туризма и спорта 	<ul style="list-style-type: none"> -администрация г Томска -военные и руководители министерства обороны России -жители других регионов РФ -выпускники вузов Томска -транспорт и водители -дворники и дизайнеры придомовых территорий -банки, обслуживающий персонал -супермаркеты и магазины
---	---

Как видно из таблицы, представлено достаточно большое количество стейкхолдеров как прямых, которые будут непосредственно задействованы в процессе, так и косвенных, но *основным потребителем* этого продукта конечно является будущий студент, молодой ученый, исследователь.

3. Анализ влияния диссертационного проекта на группы стейкхолдеров

Инициатором появления проекта был ректор ТГУ, затем все 6 вузов

Томска подписали хартию, на основе которой каждый вуз сохраняет свою автономность при работе. Главная идея для создания данного консорциума была об увеличении узнаваемости г. Томска и продвижения его на мировую арену как города Томска - город науки, чтобы каждый из 6 вузов умножал значимость этого тандема и способствовал закреплению имиджа города как научного центра. А также, согласно этому консорциуму «Большой университет» необходимо решать *следующие задачи*:

- популяризации науки среди молодежи;
- увеличению набора абитуриентов в вузы;
- привлечение в регион иностранных студентов из ближнего и дальнего зарубежья;
- развитие научно-исследовательской деятельности;
- привлечение новых инвестиций и спонсоров;
- увеличение количества разных конференций на постоянной основе;
- обмен технологиями;
- развитие научной дипломатии.

Вызовы в связи с решением этих задач, а также интересы других стейкхолдеров заставляют консорциум «Большой университет» брать на себя несколько ролей, где вузы выступают в качестве центра подготовки кадров для технической и научно-исследовательской деятельности в контексте инновационного развития. Томск становится центром создания и применения образовательных технологий. Также сформулируем механизмы взаимодействия университета со стейкхолдерами:

- совместная разработка программ по взаимодействию между вузами, музейными комплексами, лабораториями;
- совместная разработка программ и маршрутов по научно-образовательному туризму;
- совместное проведение конференций, конгрессов, профессиональных мастер-классов;
- разные курсы повышения квалификации;
- организация стажировок, с целью получения практического опыта

как в России и за рубежом, необходимые для развития новых компетенций для сотрудников вузов, преподавательского состава.

Подготовленные на площадке консорциума «Большой университет Томска» специалисты будут иметь сформированные, так называемые Soft Skills и будут являться той «мягкой силой», способствующие устойчивому развитию России и толерантному отношению к её гражданам и культуре, выделению ее на мировом рынке.

Наряду с формированием социальной ответственности и инженерной этики, студенты университета участвуют в программах по международным обменов, сдаче на международный сертификат, в конференциях и летних языковых школах.

Нормативные документы, регулирующие сферу социальной ответственности: ФЗ 273, приказ Минобрнауки России, Постановление Правительства РФ, локальный указ ТПУ.

В результате исследования возникает необходимость в систематическом применении научно-образовательных технологий и внедрении страноведческого подхода.

Реализация этой концепции окажет несомненный положительный эффект на позиционировании Томска и его вузов как доминантного в процессе глобализации и в рамках повышения конкурентоспособности консорциума «Большой университет Томска» среди мировых научно-образовательных центров, а также появление новых абитуриентов из ближних регионов и зарубежья, что также хорошо отразится на экономической составляющей города Томска, поспособствует к привлечению новых инвестиций и бизнеса. В противном случае, если не внедрить этот пилотный проект «Научно-образовательный туризм» в Томске, то в ближайшем будущем вузы не смогут делать полноценный набор на направления инженерной подготовки, преподаватели начнут терять свои рабочие места, тем самым, и так в беспокойное время для России создавая, хоть и небольшой процент безработицы, но группу недовольных людей, появление криминала на улицах города Томска, оттока

молодежи в центральные вузы России, ослабление города с экономической и социальной позиций, а также с демографической, как видно, что не внедрение этого пилотного проекта может повлиять не только на жизнь города, его жителей, преподавателей, сотрудников НИИ, лабораторий, но и региона в целом и затем в стране.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СТУДЕНТА

1. статья «Экспорт образования как приоритетное направление в современном вузе» Язык. Общество. Образование сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции "Лингвистические и культурологические аспекты современного инженерного образования", Томск, 10-12 ноября 2022 г.
2. Выступление с докладом на III Международной научно-практической конференции "Лингвистические и культурологические аспекты современного инженерного образования", Томск, 10-12 ноября 2022 г., ТПУ.
3. Участие в секции на III международной научно-практической конференции «Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов» Томск, 25 – 27 апреля 2023 г.
4. Участие в круглом столе «Сетевые программы Большого университета: общий код качества». Томск, ТГУ 15-17 декабря 2023 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Концепция экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011–2020 гг. – URL: https://iorj.hse.ru/data/2011/01/18/1208078939/Concept_for_Exporting.pdf (дата обращения: 26.10.2022). – Текст: электронный.
2. Программа развития университета на 2021–2030 годы в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030». – Томск. 2021. – 134 стр. – URL: <https://prioritet.tpu.ru/upload/medialibrary/608/xplt566wzuzqo3br79lхабwashtabmcw.pdf> (дата обращения: 01.11.2022). – Текст: электронный.
3. Слесаренко, И. В. Комплексная система подготовки сотрудников университета по иностранным языкам // Современные технологии, экономика и образование: материалы II Всероссийской научно-методической конференции (Томск, 2–4 сентября 2020 г.). – Томск : Издательство ТПУ, 2020. – 229 с.
4. II Международная конференция М.И.С.Е. в г. Екатеринбурге: Настало время регионов. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.accordmg.ru/events/mice>
5. Вести <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2023/06/06/978978-vtb-raskril-dolyu-gosudarstva-kapitale> (дата обращения: 07.06.2023).
6. Жуков, В.А. Управление развитием рынка конгрессных мероприятий в России. Москва 2007. – 186 с
7. Лойко, О.Т. Устойчивое развитие и планирование в туризме: учебное пособие / Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 360 с.
8. Жуков, В.А. Управление развитием рынка конгрессных мероприятий в России. Москва 2007. – 186 с
9. Конвенция ЮНЕСКО, – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml (дата

обращения: 08.06.2023). – Текст: электронный.

10. Melanie, K. Smith Educational tourism – URL:
https://www.google.ru/books/edition/Key_Concepts_in_Tourist_Studies/cKdlG47d3BkC?hl=ru&gbpv=1&dq=Melanie+Smith+Educational+tourism&printsec=frontcover (дата обращения: 06.06.2023). – Текст: электронный.
11. Официальный сайт ООН [Электронный ресурс] - URL:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/>
(дата обращения: 01.05.2020).
12. Черепанова, Н.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Н.В. Черепанова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 94 с. 91
13. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] - URL: <http://www.trudkod.ru/> (дата обращения: 05.06.2023).
14. НИ ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <https://tpu.ru/> (дата обращения: 01.10.2020).
15. Отдел практик и трудоустройства ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <http://web.tpu.ru/webcenter/portal/opit/about> / (дата обращения: 01.10.2023).
16. Отдел стратегического партнерства ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <https://tpu.ru/university/structure/department/view?id=7825>
(дата обращения: 01.10.2022).
17. Фонд целевого капитала ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <http://endowment.tpu.ru/> (дата обращения: 01.10.2019).
18. Устав ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <https://tpu.ru/university/download/document?id=31> (дата обращения: 01.05.2020).
19. Этический кодекс ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <https://tpu.ru/university/meet-tpu/mission> (дата обращения: 01.05.2020).

20. Коллективный договор ТПУ на 2019-2021 гг. [Электронный ресурс] - URL: <https://portal.tpu.ru/www/news?pid=972544&n=88375> (дата обращения: 01.04.2020).
21. Миссия ТПУ [Электронный ресурс] - URL: <https://tpu.ru/university/meettpu/mission> (дата обращения: 01.04.2020).
22. Словарь туристских терминов [Электронный ресурс] - URL: <http://insertum.com/category/107/> (дата обращения: 08.06.2023).
23. Биржаков, М.Б., Никифоров, В.И. Большой глоссарий терминов международного туризма. Санкт-Петербург – Москва. 2006 г.
24. Вавилова, Е.В. Основы международного туризма: учеб. пособие. М.: «Гардарики», 2005. 160 с.
2. Глушко А.А., Сазыкин А.М. География туризма. Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2002. 265 с.
25. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ.
26. Сангинов, Д.Ш. К вопросу о видах туризма. [Электронный ресурс] - URL: https://tourlib.net/statti_tourism/sanginov.htm (дата обращения 08.06.2023)
27. Лунин, Э.А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: автореф. дис... к.э.н.: 08.00.05. СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун., 2009. 156 с.
28. Лебедев, А.Р. Образовательный туризм как экономическая категория // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. 2012. №6. С.5.
29. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм. М.: Юнити-Дана, 2008. 464 с.
30. Щербинина, А. Образовательный туризм / А. Щербинина - [Электронный ресурс] -

URL: http://womanwiki.ru/w/Образовательный_туризм (дата обращения 06.06.2023)

31. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес. Практическое пособие для турфирм и их клиентов. М.: Мир деловой книги, 1997. 80 с.
32. Шкута, А.А., Аракчеева З.В. Образовательный туризм как мощный фактор повышения эффективности образования в высших учебных заведениях // Материалы V Междунар. студ. науч. конф. «Студенческий научный форум». [Электронный ресурс] - URL: https://tourlib.net/statti_tourism/shkuta.htm. (дата обращения 04.05.2023)
33. Агеева О.А. Управление развитием образовательного туризма в России // Инновации и инвестиции. 2011. №3. С.201-205.
34. Новости Томска//официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://tomsk-novosti.ru> (дата обращения 05.06.2023)
35. Новости Томска//официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <https://tomsk-novosti.ru/na-vremya-stat-uchenym/>
36. Роль конгрессного бюро в продвижении города на рынке международных встреч [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://delegatesoft.ru/stranichka-specialista>
37. Государственно – частное партнерство. Термины и определение [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
38. Международный конгресс планировщиков ISOCARP // официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://properm.ru/realty/news>
39. Программа Развития внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013 – 2017 годы. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://storage.esp.tomsk.gov.ru>
40. Пришло время майс индустрии. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.conference.ru>
41. Жукова, М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации.-

- Учебное пособие.-М.: «Элит», 2003г.- С.265
42. А. Д. Анурова .Организация сферы туризма.- Учебное пособие.- СПб.: «Издательский дом Герда», 2004г. – С.183
43. Формирование рынка услуг индустрии деловых путешествий в российских регионах как основа их устойчивого развития// Диссертация. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: - <http://www.guu.ru>
44. Организация и проведение массовых туристских мероприятий (слетов, соревнований и прочих). [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alltenders.ru>
45. Рейтинг городов по количеству международных мероприятий. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccaworld.com>
46. О.Г Чимитдоржиева . Автореферат на тему: «Потенциал делового туризма в России» [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://umc.gu-unpk.ru/umc/arhiv>
47. Конгрессно-выставочная недвижимость: формы и тренды. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://plstikovye-okna.livejournal.com>
48. П.С Котов. Автореферат на тему «Управление конгрессной деятельностью как фактором инновационного развития региона». [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interun.ru>
49. Программа развития города Санкт – Петербурга. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: www.monomax.ru
50. О. А Зайковой . Интервью директора Международной Ассамблеи столиц и крупных городов - «МАГ» // Статья. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://forumeuro2012.magcon.ru>
51. Л.В Говоров. Основные направления конгрессной деятельности в Стокгольме [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expovipclub.ru>
52. Роль конгрессного бюро в продвижении города или региона на

- рынке международных встреч [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.monomax.org>
53. Туристическое бюро Стокгольма .Официальный сайт// [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: visitstockholm
54. В. К Ломакин. Мировая экономика.-Учебник для вузов.-М.: «Юнити – Дана», 2000 г. – С.315
55. А.Л Иванов. Управление развитием рынка конгрессных мероприятий. Конгрессного бюро для планировщиков международных встреч //Статья. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: http://ru.masfalet.com/delovoy_tsentr/kongressnoe_byuro
56. Л. П. Педыч Управление конгрессной деятельностью как фактором инновационного развития региона–Автореферат на тему «Экономика и управление народным хозяйством» МОСКВА – 2013г. – С.43
57. О. А Зайковой . Интервью директора Международной Ассамблеи столиц и крупных городов - «МАГ» // Статья. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://forumeuro2012.magcon.ru>
58. Городской Томский портал// официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: www.tomsk.ru
59. Организация и проведение массовых туристских мероприятий ,слетов, соревнований и прочих. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alltenders.ru>
60. Е.С Поляков. Томские отели и их развитие. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tomskhotel.ru/business>
61. Конгресс Центра Рубин//официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://rubin.tomsk.ru>
62. Гостиницы Томска. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: http://www.opentomsk.ru/gostinici_tomska
63. Гостиница «Томск»// официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://tomskhotel.ru>

64. «Инновус - Томский форум энергии и развития»// официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://tomskforum.ru>
65. «Томский политехнический университет - центр подготовки волонтеров для олимпиады в Сочи в 2014 году»// официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://2014.tpu.ru>
66. «РИА Новости»// официальный сайт. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru>
67. Российский и зарубежный опыт в области развития безбарьерного туризма/ [Электронный ресурс]. – URL: <https://newfreelance24.ru/rossijskij-izarubezhnyj-opyt-razvitiya-bezbarernogo-turizma/> (дата обращения: 10.03.2023).
68. Отчет о ходе реализации и об оценке эффективности государственной программы РФ «Доступная среда» на 2011-2020 годы за 2017 год. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/3/0> (дата обращения: 10.03.2023).
69. КБР предложила включить в госпрограмму два проекта в сфере туризма. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/severnyu-kavkaz/6145170> (дата обращения: 10.03.2023)
70. Анисимов, Т.Ю., Донской С.А. Туризм как социокультурный феномен // Вестник факультета сервиса и рекламы Иркутского государственного университета. 2010. № 9. – С. 45-49.
71. Мостицкая, Н. Д. Современный развлекательный туризм как форма праздничной культуры // Человек и культура. — 2018. - № 5. - С.1-6. [Электронный ресурс] режим доступа: http://enotabene.ru/ca/article_27454.html (дата обращение 25.03.2023)
72. Якунин, В. Н. Развитие религиозного туризма как составляющей части историко-культурного наследия на современном этапе // Вестник СГТУ. 2011. № 4 (60). Выпуск 2 с. 280-286

73. Башин, Ю. Б. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б.Башин, А.В.Зайцев, Л.В.Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б.Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 - 204с.
74. Николаева, А.В. Анимационная деятельность как специфическая форма рекламы туристского предприятия // Сервис plus. – 2013. - №4. - С.64-67
75. Опарина, А.В. Уличная анимация как элемент туристской привлекательности города // Проблемы туризмовеждения: Сб. материалов III международной научнопрактической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых по туризмовеждению. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. - С.203-207
76. Churilina I., Egorova E., Musakin A. Ways to develop professional competences of HoReCa staff in Russia // В сборнике: Challenges and Opportunities of Digital Era - CODE Seminar. Saimaa University of Applied Sciences, 2014. - С. 99-105. 264
77. Чурилина, И.Н., Егорова Е.В. Доступная среда и событийный туризм для людей с особыми потребностями как фактор развития региона // в сборнике трудов участников III Международной научно-практической конференции: Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук. – СПб: Изд-во СПбАУИГиСН, 2016. - С. 401-412.
78. Еремина, Ю.А., Бавина П.А., Анисимов Т.Ю. Виды и особенности детского образовательного туризма // Сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции: Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы. – СПб: Изд-во РГПУ им.А.И.Герцена, 2016. - С. 100-104.
79. Bulatovic I., Tripkovic Markovic A. Strategic Management of Tourism in the National Parks (Case: National Park Skadar Lake) // TURIZAM,

2015. – Vol. 19(3). – P. 127-138.

80. Hector Ceballos-Lascurain [Online resource] // Planeta.com. – Website. – URL:<https://planeta.com/hector-ceballos-lascurain/> [access date: 28.03.2022].
81. Mader R. Ecotourism's 25th anniversary: Conversation with Hector CeballosLascurain [Online resource] // Planeta Mexico, Travel. – Website. – URL: <http://www.mexicopremiere.com/ecotourisms-25th-anniversary-conversationwith-hector-ceballos-lascurain/> [access date 28.03.2022].
82. Southcott D. Strategy needed on ecotourism: Optimism and caution expressed by expert [Online resource] // The Jeju Weekly. – Website. – URL: <http://www.jejuweekly.com/news/articleView.html?idxno=775> [access date 28.03.2022].
83. Сидоренкова, А.С., Царенко А.А. Современные методы продвижения турпродукта // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования. URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/5\(40\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/5(40).pdf) (дата обращения: 25.03.2023).
84. Серебряное ожерелье России. Группа компаний Серебряное кольцо. URL: <http://www.silver-ring.ru/ru/trip/ru/serebrjanoe-ozherele-rossii/> (дата обращения 23.03.2019).
85. Серебряное Ожерелье. Открывая Серебряное ожерелье. URL: <https://openso.ru/> (дата обращения 26.04.2023).
86. Серебряное ожерелье России: туристический маршрут по городам Русского Севера. - Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/s/serebryanoeozherelye/> (дата обращения 23.03.2022).
87. Серебряное ожерелье России: что впереди? - Advmarket.ru. URL: http://www.advmarket.ru/interview_adv/index.php?ten_rubric=moscow&read_news=247 (дата обращения 25.03.2019).

88. Серебряное ожерелье России. Блог. URL: <http://silver-necklace.ru/blog/invologda-discussed-the-development-of-the-project-silver-necklace.html> (дата обращения 25.03.2019).
89. Продвижение турпродукта. Vuzlit.ru - URL: https://vuzlit.ru/777880/prodvizhenie_turprodukta (дата обращения 23.03.2019).
90. Пученкова, Д.С., Анисимов Т.Ю. Кластерный подход в развитии туризма // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 3-й международной студенческой научнопрактической конференции, Санкт-Петербург, 20 апреля 2017 г. – Спб.: Издво РГПУ им А.И. Герцена, 2017. – С. 39-44;
91. Бизнесу выгодно сотрудничать с НКО / Милосердие. ru [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.miloserdie.ru/article/5-primerovuspeshnogo-sotrudnichestva-nko-biznesa/> (дата обращения: 09.03.2023);
92. Деловое партнерство / Mentors Team [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://mentors.team/finansy/biznes-partnerstvo.html> (дата обращения: 09.03.2023);
93. Карелия, Ленинградская и Новгородская области договорились о развитии водного туризма / ТАСС [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://tass.ru/pmef-2018/articles/5229455> (дата обращения: 09.03.2023).
94. Greg Richards, R. Palmer Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation Электронный ресурс. – Режим обращения: [https://www.researchgate.net/publication/254786282_Eventful_Cities_Cultural_Management_and_Urban_Revitalisation]. Дата обращения: 01.04.2019.
95. Пашоликов, М.С. Конгрессно-выставочные мероприятия как эффективный инструмент для продвижения инноваций. В

сборнике: Менеджмент XXI века: эффективность, качество, устойчивое развитие сборник научных статей по материалам X Международной научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, факультет управления, Центр аудита качества образования, кафедра ЮНЕСКО, Ассоциация независимой экспертизы высшей школы СанктПетербурга, Санкт-Петербургский союз предпринимателей. 2010. С. 333-336.

96. Пашоликов, М.С. Представленность проблем управления объектами мисе-индустрии в системе обучения конгресс-менеджеров. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2013. № 161. С. 250-255.
97. Gelders D., Van Zuilen B. City events: short and serial reproduction effects on the city's image? //Corporate Communications: An International Journal. – 2013. – Т. 18. – №. 1. – С. 110-118. Пученкова Д.С., Анисимов Т.Ю
98. Бахметова, Л.Р., Кулинич В.А., Анисимов Т.Ю. Проблемы въездного туризма в Санкт-Петербурге на современном этапе // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сборник статей по материалам 3-й международной студенческой научно-практической конференции. – СПб., 2017. – С.30-34.
99. Кутыева, Э.Р., Анисимов Т.Ю. Роль ресурсной базы Ленинградской области в образовании туристского кластера // В сборнике: Сервису и туризму – инновационное развитие. Материалы VII Международной научнопрактической конференции. Ответственный редактор: профессор Т.С. Комиссарова. 2015. – С. 147-150.
100. Бондаренко, В.А., Иванченко О.В. Геймификация в маркетинговой деятельности компании // Маркетинговые

коммуникации. 2017. №3.

101. Mind-Blowing Stats about Digital Trends in Travel and Hospitality [Электронный ресурс] // URL <https://www.adobe.com/insights/digital-trends-in-travel-andhospitality.html> 2017.
102. New customized traveler sites and five other ways Delta's personalizing the corporate travel experience [Электронный ресурс] // URL <https://news.delta.com/new-customized-traveler-sites-and-five-other-ways-delta-spersonalizing-corporate-travel-experience> (дата обращения: 03.10.2022)
103. Кудимова, М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе / М.В. Кудимова // 5 звезд. - 2000. - № 6. – С. 19-21. 5. Top 10 Digital Transformation Trends For 2019 [Электронный ресурс]// URL <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2018/09/11/top-10-digitaltransformation-trends-for-2019/#1ce4b8f63c30> (дата обращения: 11.09.2022)
104. Руденко, А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма / А.М. Руденко, М.А. Довгалева. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2005. 7. Travelling in a blockchain-enabled world [Электронный ресурс]// URL <https://www.linkedin.com/pulse/travelling-blockchain-enabled-world-trond-vidarbjorøy> (дата обращения: 22.03.2022)
105. Приоритетные направления развития туризма в России. URL:<https://works.doklad.ru/view/xLGdvb6WEWg/all.html> (дата обращения 27.03.2022).
106. Лепина, М. В России появилась формация путешественников «почтенного возраста» [Электронный ресурс] // Милосердие.RU. 2016. 30 июня. URL: <https://www.miloserdie.ru/article/v-rossii-royavilas-formatsiyaputeshestvennikov-pochtennogo-vozrasta/> (дата обращения: 22.03.2022).

107. Молодые да мобильные [Электронный ресурс] // LENTA.RU. 2017. 23 мая. URL: <https://lenta.ru/articles/2017/05/23/teentravel/> (дата обращения: 27.03.2019).
108. Серебряный возраст – это не закат, а просто новый виток жизни [Электронный ресурс] // Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение города Москвы "Колледж индустрии гостеприимства и менеджмента № 23". URL: https://kigm.mskobr.ru/pervichnaya_organizaciya_veteranov_pedagogicheskogo_truda_kolledzha/serebryanyj_vozrast_e_to_ne_zakat_a_prosto_novuj_vitok_zhizni/ (дата обращения: 22.03.2022).
109. Асадов, Б.Р. О Влиянии молодежного туризма на формирование имиджа территории как инструмента «мягкой силы» в контексте современных международных отношений / Б.Р. Асадов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. – 2017 г. – №2 – С. 137-148
110. Сидорова, Д.А. Современные тенденции и проблемы развития молодежного туризма в России / Д.А. Сидорова // Юг России: Экология и развитие. – 2017 г. – №4 – С. 98-106
111. Rakhmonov Sh.Sh. Prospects of the development of youth tourism / Sh.Sh. Rakhmonov // Проблемы современной науки и образования. – 2018 г. – №1 – С. 49-51
112. WYSE Travel Confederation (Facts and stats) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (Дата обращения: 11.03.2022)
113. Youth tourism generated over 182 billion dollars in tourism receipts in 2013, representing 200 million international trips a year [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.europeancitiesmarketing.com/youth-tourism-generated182-billion-dollars-tourism-receipts-2013-representing-200->

million-internationaltrips-year/ (Дата обращения: 11.03.2023)

114. Кирьянова, Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л.Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета – Томск, 2010 – С. 37-38.
115. Хорева, Л.В., Голев М.С. Информационные технологии в системе продвижения услуг туристской дестинации на международный рынок / Ю.Ю. Казанцев // Журнал «Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии» – Санкт-Петербург, 2016 –С. 43-44.
116. Игнатьева, И.Ф. Сервис в туризме. Практикум.- СПб.: Изд-во ГУАП, 2016.- 92 с.
117. Новости Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]: <https://www.russiatourism.ru/news/9948/> (Дата обращения: 16.03.2023)
118. Определение анимации в туризме и гостеприимстве/ gigabaza.ru [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://gigabaza.ru/doc/71445.html> (Дата обращения: 27.03.2019);
119. Четверикова, В.В., Анисимов Т.Ю. Формирование анимационных программ в культурно-познавательном туризме Санкт-Петербурга // Менеджмент XXI века. Сборник научных статей по материалам XVI Международной научно-практической конференции. – СПб., РГПУ им. А.И. Герцена, 2016. – С. 323-325
120. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма / Зорин, И.В., Квартальнов, В.А. – М., 2003. – 267 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А – Раздел на иностранном языке

(справочное)

Раздел 1

Social responsibility

Студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ13	Полонская Марина Сергеевна		

Консультант УНЦ ОТВПО (руководитель ВКР)

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор отделения социально- гуманитарных наук	Лойко О.Т.	д.фил.н., профессор		

Консультант – лингвист УНЦ ОТВПО

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент УНЦ ОТВПО	Горянова Л.Н.	к.филол.н.		

Chapter 1 Social Responsibility

There are several definitions of CSR, very organization understands social responsibility in its own way. So, for example, the author Cherepanova N.V. gives the following characteristics for corporate social responsibility, which includes the following concepts: 1) a set of policies and actions related to key stakeholders, values and fulfilling the requirements of legality, as well as taking into account the interests of people, communities and the environment; 2) business focus on sustainable development [11]; 3) voluntary participation of business in improving the life of society. In other words, the social responsibility of business is the concept according to which business, in addition to complying with laws and producing a quality product/service, voluntarily assumes additional obligations to society [12]. Any analysis of corporate social responsibility programs involves examining the levels of CSR. According to the position of A. Carroll, corporate social responsibility is multi-level, it can be represented as a pyramid. At the heart of the pyramid is economic responsibility, which is determined by the basic function of the company in the market as a producer of goods and services that can satisfy the needs of consumers and, accordingly, make a profit. Legal responsibility implies the need for business to be law-abiding in a market economy, its activities to comply with the expectations of society, fixed in legal norms. Ethical responsibility, in turn, requires business practices to be in tune with societal expectations that are not specified in legal norms, but are based on existing moral norms. Philanthropic responsibility encourages the company to take actions aimed at maintaining and developing the welfare of society through voluntary participation in the implementation of social programs. Let's apply these principles in relation to our organization - TPU and then consider the principles on the example of the consortium "Big University"

The CSR of an organization is understood as the fulfillment by an organization, namely TPU, of social obligations to an employee, enshrined in law, and the readiness to strictly bear the corresponding mandatory expenses for remuneration

of an employee, such of the main obligations is an employment contract that is signed between an employee and TPU, which is accepted by TPU for work under certain conditions, it describes the rights and obligations of the two parties. In addition, in state and autonomous organizations, to which TPU belongs, corporate ethics, behavior, image, and brand are also included. And also, CSR is the willingness to voluntarily bear unnecessary expenses for social needs in excess of the limits established by tax, labor, environmental and other legislation, based not on the requirements of the law, but on moral, ethical grounds, such, in my opinion, can be a trade union organization , corporate discounts or a discount card for TPU employees for certain types of goods and services, medical care and medical examination, which TPU conducts for employees every year, preventing illness and sick leave for employees, as well as the revived movement in TPU - sports, various clubs: swimming, curling, running, various competitions, I think that can also be attributed to the corporate culture of the organization. Identification at the first stages of hiring an employee during an interview and an honest explanation of rights and obligations, “clean \ white” wages, increased coefficient, legal leave, social protection and guarantees at the workplace, payment of wages on time, access to information about epidemic, fire, other dangers, free refresher courses, as well as courses on combating corruption, first aid, observance of the employee's right to safe work, a well-lit room, an equipped workplace, openness and safety in expressing one's opinion at TPU meetings - all this may be the social responsibility of the enterprise, in particular, TPU to the employee.

Corporate ethics is understood as a system of moral principles, norms of moral behavior that have a regulatory impact on relations within one organization and on interaction with other organizations. The subjects of corporate ethics are: owners, managers and employees of the organization. TPU has an ethical code of TPU, which explains the main points, principles and mission of TPU.

The foundations are honesty and openness.

If we consider the ethical code of TPU, then the main points for the teacher are the following points:

- Mutual trust and mutual respect is the basis of relations within our university. We recognize this principle as especially important in relation to the educational activities and ethics of the teacher.
- the teacher conducts his activities on the principles of respect for the dignity, as well as the mental and physical integrity of students.
- the teacher strives to constantly improve his professional level, in possession of the most modern pedagogical methods and the application of a wide range of advanced knowledge in everyday work, including on the basis of modern Russian and foreign experience.

Internal and external corporate responsibility.

There is no unambiguous definition of CSR, therefore each organization and TPU put their own meaning into this concept.

There is internal and external responsibility.

Let's consider CSR as a social responsibility of TPU to employees and students.

The principles of internal social responsibility are aimed primarily at improving the welfare of the company and improving the quality of life of employees. For example, the “social package” also refers to the principles of internal CSR, paid leave, although the provision of leave is an employer's compliance with the Labor Code. [13]

Therefore, as an example of internal corporate social responsibility, it is worth considering those programs, the initiative of which belongs to the employer.

For example:

- Preferential vouchers for company employees and their families
- Additional health insurance
- Organization of advanced training courses

Each organization has its own list of internal corporate social responsibility

programs.

So, another example of TPU social responsibility can be cited as follows: after covid-19, “vitamin days” were organized for students, during which TPU volunteers give out different fruits at the entrance to the building or hold various quizzes and popularize the idea that being smart is cool and for each correct answer, volunteers also give out a prize, usually these are questions related to the life of science and technology or famous inventors of TPU or other organizations.

External CSR

External CSR can be attributed to how TPU affects society, i.e. graduates who then go to work for enterprises not only in the region, but also outside of Tomsk, these can be projects aimed at environmental issues, for example, future engineers are now being introduced to the understanding of the concept of sustainable development of the UN [11] resource-saving technologies and technologies for anticipation breakdowns, leaks, costs. And also, it can be sponsorship and charity, such as helping TPU and its employees in raising finances, things for Donbass, organizing events at the expense of the organization, such an example can be Fidzhital Day, which was invented for a campaign program to recruit new applicants, and future engineers are a necessary human resource, in connection with the current political situation, and they are needed now in Russia.

Also, these are various environmental protection measures, for example, the collection of waste paper, used batteries, etc., which are quite often carried out in TPU buildings.

The external manifestations of CSR include the relatively recent idea of creating a consortium "Big University" and this can be attributed to the interaction of TPU, government and society, introducing the idea of popularizing science and the emergence of new routes for display within the new program of scientific and educational tourism: More than science.

2. Stakeholder analysis of the Big University consortium

After analyzing the key positions of the 17 UN goals, the following points can be identified that are well suited and can directly or indirectly solve some problems in organizing this pilot project by the Big University consortium, namely: points 3,4,5, 8-9, 11- 12,

3 - good health and well-being

4 - quality education

5 - gender equality

8 - decent wages and economic growth

9 - industrialization and innovation, infrastructure

11 - sustainable cities and towns

12 - responsible consumption and production

The main principle is the following concept: people are our main capital. The development of the state is based on the development of its citizens, which, in turn, largely depends on the level of education. In the modern world, a new tourist is gradually appearing, who wants not only to passively relax, but also to gain new knowledge. There is such a term as lifelong education, lifelong education, education for the “third generation”. In connection with globalization, the importance of education and the constant improvement of one's horizons has a place to be and a tendency to improve and acquire new knowledge through travel. To make education in Russia attractive to foreign students, the Export of Russian Education project is being implemented in the country. In 2017, a law was passed to make it easier to obtain and extend a student visa for foreign students. Also, Russian universities implement undergraduate and graduate programs entirely in English to attract foreign students.

Higher education in the Russian Federation forms a kind of corporation, with its own characteristics and interests. Like every company, TPU has its own corporate culture (the TPU Corporate Code was also adopted), which is inextricably linked with performance. This corporate culture is based on an understanding of the human role in the social division of labor and a new

understanding of social responsibility. Also, the norms for the use of corporate attributes were developed - the official brand book. TPU branding is an important component of the image of the university. Respect for external paraphernalia is a manifestation of the respect of each school and each department for its positioning and for the positioning of TPU as a whole. Being a corporation of high social responsibility, TPU not only provides high quality educational services, but also actively participates in ensuring the social stability of the region. The Social Responsibility Corporation (CSR) adheres to the following principles:

- Openness - transparency and publicity of any information about the university (purchases, salary of the rector and his administrative apparatus);

- Consistency - unity in time and space, integration.

- Significance - the relevance, scale and effectiveness of the university itself.

- Prevention of conflicts - refusal to support nationalist movements, political non-engagement, distance from the church. The social activity of the university is expressed in participation in various social programs. Distinctive characteristics are: voluntary conduct, systemic nature and connection with the mission and development strategy of the university. Each company develops internal and external CSR. Internal social responsibility is a responsibility implemented with the help of investments directed inside this company (the attitude of employees and administration of the university). External social responsibility is a responsibility that is focused on protecting the interests of external stakeholder groups (consumers, customers, the local community, society as a whole). The most important direction of external CSR is sponsorship and charity (in TPU it is the Association of Elders, the Association of Alumni, the TPU Endowment Fund). An equally important element of external CSR is environmental protection, namely, waste disposal and recycling, the use of recyclable materials, resource saving, economical energy consumption (in TPU

it is turning off hot water in the buildings during the shutdown of the heating system), reducing harmful emissions into the environment, environmental protection measures. The corporate culture of the university is based on the principles of educating a harmoniously developed personality who can speak a foreign language and is able to generate and implement innovative ideas in the interests of the university and society. Analysis of the effectiveness of CSR programs of the educational process at TPU.

Identification of the main and indirect stakeholders of the process

Because the pilot project "Scientific and educational tourism as an experimental tool for promoting the Big University of Tomsk consortium" refers to large and long-term projects, so a large number of participants/stakeholders will be involved in it.

A list of stakeholders was compiled, consisting of: direct and indirect stakeholders:

Table 1. Stakeholders of the pilot project "Big University of Tomsk"

direct

- schoolchildren of 10-11 grades
- students
- parents of students and their friends
- professional and teaching staff
- heads of universities
- Ministry of Education
- potential employers
- administration of Tomsk
- leadership of the Russian Federation, President
- foreign students and their parents
- public transport
- roads and attendants

-department of tourism and sports -tourist companies

Indirect

-tourist companies

- airport and attendants

- qualified specialists in the field of tourism services

- guides, guide-interpreters

-hotels, hotels

-service staff

- catering services

- health care

-hospitals and hospitals

-doctors

-Security services

-media, information platforms

-public

- residents of Tomsk and the region

-administration of Tomsk

-military and heads of the Ministry of Defense of Russia

- residents of other regions of the Russian Federation

- graduates of universities of Tomsk

- transport and drivers

-janitors and designers of adjacent territories

- banks, service personnel

- supermarkets and shops

As can be seen from the table, a fairly large number of stakeholders are represented, both direct, who will be directly involved in the process, and indirect, but the main consumer of this product, of course, is the future student,

young scientist, researcher.

3. Analysis of the impact of the dissertation project on stakeholder groups

The initiator of the project was the rector of TSU, then all 6 universities of Tomsk signed a charter, on the basis of which each university retains its autonomy in its work. The main idea for creating this consortium was to increase the recognition of the city of Tomsk and promote it to the world stage as the city of Tomsk - the city of science, so that each of the 6 universities would multiply the significance of this tandem and help consolidate the image of the city as a scientific center. And also, according to this consortium "Big University" it is necessary to solve the following tasks:

- popularization of science among young people;
- increasing the enrollment of university entrants;
- attracting foreign students from near and far abroad to the region;
- development of research activities;
- attraction of new investments and sponsors;
- increasing the number of different conferences on an ongoing basis;
- technology exchange;
- development of scientific diplomacy.

Challenges in connection with the solution of these problems, as well as the interests of other stakeholders, force the Big University consortium to take on several roles, where universities act as a training center for technical and research activities in the context of innovative development. Tomsk is becoming a center for the creation and application of educational technologies. We will also formulate the mechanisms of interaction between the university and stakeholders:

- joint development of programs for interaction between universities, museum complexes, laboratories;
- joint development of programs and routes for scientific and educational tourism;
- joint holding of conferences, congresses, professional master classes;

- different training courses;
- organization of internships, in order to gain practical experience both in Russia and abroad, necessary for the development of new competencies for university staff, teaching staff.

Specialists trained at the site of the Big University of Tomsk consortium will have the so-called Soft Skills formed and will be the “soft power” that contributes to the sustainable development of Russia and a tolerant attitude towards its citizens and culture, its selection on the world market.

Along with the formation of social responsibility and engineering ethics, university students participate in international exchange programs, passing for an international certificate, in conferences and summer language schools.

Normative documents regulating the sphere of social responsibility: Federal Law 273, order of the Ministry of Education and Science of Russia, Decree of the Government of the Russian Federation, local decree of TPU.

As a result of the study, there is a need for the systematic application of scientific and educational technologies and the introduction of a regional approach.

The implementation of this concept will have an undoubted positive effect on the positioning of Tomsk and its universities as dominant in the process of globalization and within the framework of increasing the competitiveness of the Big University of Tomsk consortium among the world's scientific and educational centers, as well as the emergence of new applicants from neighboring regions and abroad, which is also good affect the economic component of the city of Tomsk, will help to attract new investment and business. Otherwise, if this pilot project "Scientific and Educational Tourism" is not implemented in Tomsk, then in the near future universities will not be able to make a full-fledged enrollment in the areas of engineering training, teachers will begin to lose their jobs, thereby, and so in turbulent times for Russia, creating, albeit a small percentage of unemployment, but a group of dissatisfied people, the emergence of crime on the streets of the city of Tomsk, the outflow of young people to the

central universities of Russia, the weakening of the city from an economic and social position, as well as from a demographic one, it is clear that this pilot project is not implemented can affect not only the life of the city, its residents, teachers, employees of research institutes, laboratories, but also the region as a whole and then in the country.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Опрос студентов иностранцев (магистры) В кол-ве 41 человек в ТПУ

(справочное)

1. Почему выбрали Томск для обучения?
2. Посетили Томск с какой целью?
3. Принимали ли участие в конференциях: Да\Нет
4. Слышали ли про консорциум «Большой университет»: Да\Нет

Ответы на первый вопрос:

-безопасность – 54%

-маленький, компактный город, всё в шаговой доступности – 51%

-университет входит в топ-лучших университетов в мире, аккредитованные программы – 41,5%

-уникальные возможности для обучения: лаборатории – 19,5%

-кто-то учился и посоветовал – 14,9%

-квоты от государства – 19,5%

Ответы на второй вопрос:

-посетить музеи, город – 14,6%

-познакомиться с новой культурой – 19,5%

-для учебы – 84%

-практика – 2%

-обмен опытом, конференция – 34%

Ответы на третий вопрос:

-Да – 51%

-нет – 38%

*слушаю, не принимаю – 12%

Ответы на четвертый вопрос:

-Да – 19%

-Нет – 80%