

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
(наименование дисциплины)

направление подготовки / специальность

43.03.02 «Туризм»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туристской деятельности»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование» является подготовка бакалавра, обладающего знаниями проектирования как совокупности действий, направленных на построение образа - объекта, процесса или системы с целью дальнейшего воплощения в реальной практике туристской деятельности и компетенциями, необходимыми в туристской деятельности.

Задачи:

- дать представление об особенностях проектной деятельности в туризме и рекреации;
- рассмотреть виды и основные элементы туристско-рекреационного проектирования;
- раскрыть особенности проектирования: структуры, цены, каналов сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг;
- продемонстрировать необходимость включения в систему туристско-рекреационного проектирования современных информационных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Туристско-рекреационное проектирование» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, программы бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знает: - каналы сбыта, каналы продаж туристских продуктов и услуг; - типы сайтов, туристский контент; Умеет: - определять каналы сбыта туристских продуктов и услуг; - выбирать сектор электронного бизнеса; Владеет: - навыками определения туристских продуктов и услуг; - навыками продвижения услуг туристской организации в сети Интернет;	Тестовые вопросы

1	2	3	4
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.2. Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Знает: - виды калькуляции, методы калькулирования, формулу стоимости туристской путевки; Умеет: - калькулировать различные статьи тура; - рассчитать экономический эффект от предложения новых туристских продуктов и услуг; Владеет: - методикой экономического обоснования тура;	Тестовые вопросы, практико-ориентированные задания
ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-8.1 Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий	Знает: - возможности портала «Живая карта России»; Умеет: - использовать возможности сайта туристской компании как элемент продаж; Владеет: - навыками технологии разработки туристского сайта;	
ПК-2 Способен проектировать объекты туристской деятельности	ПК-2.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия	Знает: - технологию и ключевые элементы проектирования; - основные этапы проектирования туристских и рекреационных продуктов; Умеет: - проектировать цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентоспособности туристского продукта; Владеет: - навыками проектирования логистических цепей продвижения продуктов и услуг.	Тестовые вопросы, практико-ориентированные задания

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки			
1	Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование	7	1-2	4	4			11		
2	Тема 2. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования	7	3-4	4	4			11		
3	Тема 3. Туристские продукты и услуги: основы проектирования	7	5-6	4	4		2	11	Рейтинг контроль №1	
4	Тема 4. Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения	7	7-8	4	4		2	11		
5	Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования	7	9-10	4	4		2	11		
6	Тема 6. Электронный туристский бизнес: проблемы и перспективы развития	7	11-12	4	4		2	11	Рейтинг контроль №2	
7	Тема 7. Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности	7	13-14	4	4		2	11		
8	Тема 8. Проектирование бизнес-процессов туристской организации	7	15-16	4	4			11		
9	Тема 9. Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного проектирования	7	17-18	4	4			11	Рейтинг контроль №3	
Всего за 7 семестр:						36	36	10	99	Экзамен (45), КР
Наличие в дисциплине КП/КР						+				
Итого по дисциплине						36	36	10	99	Экзамен (45), КР

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование.

Содержание темы. Проектирование деятельности как инструмент развития. Технологии и ключевые элементы проектирования: система, объект, процесс.

Тема 2. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования.

Содержание темы. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. Проектирование туристского пространства. Типы и виды туристского пространства. Территориальный аспект и уровни туристского проектирования.

Тема 3. Туристские продукты и услуги: основы проектирования.

Содержание темы. Рынок туристских продуктов и услуг: основные понятия, элементы, основы анализа. Проектирование туристских и рекреационных продуктов, характеристика основных этапов проектирования. Туристское предложение как основа формирования эффективной товарной стратегии туристского предприятия.

Тема 4. Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения.

Содержание темы. Цена на туристские продукты и услуги: основные понятия, структура, виды. Калькулирование цены туристского продукта. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентоспособности туристского продукта. Методика формирования дисконтных программ на туристские продукты и услуги.

Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования.

Содержание темы. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Создание производственно-сбытовой системы туристских продуктов услуг. Проектирование логистических цепей продвижения продуктов и услуг, коэффициент коммерческой звенности в туризме. Проектирование эффективно системы управления распределением в туризме. Особенности организации прямых продаж. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Сайт туристской компании как элемент активизации продаж: особенности проектирования и продвижения.

Тема 6. Электронный туристский бизнес: проблемы и перспективы развития.

Содержание темы. Формирование нового образа экономики на основе интернет-технологий. Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий в глобальном информационном пространстве. Пути и проблемы информатизации туризма на региональном уровне.

Тема 7. Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности.

Содержание темы. Туристское предприятие как объект проектирования. Типы, виды, форматы предприятий туризма и рекреации. Особенности анализа и оценки деятельности туристского предприятия. Методические подходы к изучению конкурентов и клиентов предприятий туризма и рекреации.

Тема 8. Проектирование бизнес - процессов туристской организации.

Содержание темы. Организационное проектирование бизнес-процессов предприятий туризма и рекреации. Проектирование организационной структуры туристского предприятия. Связь организационного проектирования с формированием хозяйственной стратегии туристского предприятия.

Тема 9. Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного проектирования.

Содержание темы. Основы планирования и прогнозирования деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Стратегическое планирование деятельности предприятия. Бизнес - план туристской организации, как основа успешного развития бизнеса.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады

Содержание практического занятия 1.

Используя дополнительный материал, предложить проекты тематических экскурсионных маршрутов по Москве по тематическим направлениям:

- Москва литературная («Булгаковская Москва»);
- ландшафтная экскурсия по паркам и садам Москвы (Ботанический сад МГУ, «Аптекарский огород»);
- авторская экскурсия «Мое любимое место в родном городе».

При выполнении практического задания следует обзорно по этапам представить характеристики проектируемого продукта:

- наименование продукта, возможная целевая аудитория;
- продолжительность и протяженность маршрута;
- количество объектов показа и их краткая характеристика (строится абстрактная картосхема движения по маршруту);
- предполагаемая стоимость экскурсии и возможность формирования на ее основе успешного коммерческого предложения.

Тема 2. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, дискуссия, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 2.

Используя дополнительный материал:

1. Дать ответы на следующие вопросы:

- Что является ключевой особенностью создаваемого туристско-рекреационного кластера в Ярославской области?
 - Как увеличится поток туристов в результате создания туристско-рекреационного кластера «Золотое кольцо»?

2. Выполнить задания:

- Пользуясь электронной картой API Yandex или Google map показать границы туристско-рекреационного кластера «Плёт» в Ивановской области.
 - Используя возможности портала «Живая карта России» (www.live-maprus.ru), найти на интерактивной карте этническое пространство и все традиционные промыслы Ивановской области: иконопись, ткачество, гончарное дело, лаковая миниатюра, лозоплетение, строчевышивка.
 - Используя возможности электронной интерактивной карты портала «Живая карта России» (www.livemapras.ru), показать туристско-рекреационные возможности Рязанской области для создания проекта гостинично-развлекательного комплекса «Окская жемчужина».
 - Пользуясь электронной картой, показать границы туристско-рекреационного кластера «Донской», расположенного на расстоянии 30 км к юго-востоку от г. Ростов-на-Дону на территории 500 га в живописной окрестности станицы Старочеркасская, на правом берегу р. Дон.
 - Указать, с какими трудностями и проблемами могут столкнуться разработчики и исполнители проекта при создании туристско-рекреационного кластера «Псковский».
 - Показать возможности комплексного проекта «Малое Золотое кольцо Алтая».
 - Охарактеризовать предлагаемый проектом ТРЗ «Бирюзовая Катунь» туристский продукт и необходимую для его формирования ресурсную базу.

Тема 3. Туристские продукты и услуги: основы проектирования.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 3.

Задание 1. Изучить предлагаемый турпродукт и дать его характеристику, используя основные аналитические признаки.

Задание 2. Оценить перспективы развития туристского продукта «Сады Бельгии» и определить тип его жизненного цикла на основе построения графика, отражающего изменение объема реализации (количество проданных турпакетов) во времени, по кварталам.

Привести несколько сходных туристских продуктов, жизненный цикл которых соответствовал бы данному примеру.

Задание 3. Отработка навыков турпроектирования. На основании знакомства с туристским предложением подобрать и обосновать туристский продукт для потребителя: мужчина 40 лет, преподаватель университета, биолог, ведет активный образ жизни, увлекается фотографией, не ищет комфорта, общается избирательно, член регионального общества защиты животных, вегетарианец, предпочитает путешествовать пешком или экологическими видами транспорта, ведет дорожный дневник и собирает гербарий.

Задание 4. На основании знакомства с туристским предложением подобрать и обосновать туристский продукт для потребителя: женщина 30 лет, репортер крупного издания, ведущая колонки «История и культура стран Востока», активная, коммуникабельная, любящая сувениры и изделия народных промыслов, предпочитает комфортабельную обстановку, со вкусом подготовленный и убранный номер, равнодушна к эстетике ландшафта, нуждается в скоростном Интернете. К питанию требовательна, предпочитает здоровую и малокалорийную пищу.

Задание 5. На основании знакомства с туристским предложением подобрать и обосновать туристский продукт для потребителей: молодая супружеская пара с двумя детьми 5 и 7 лет. Семья среднего достатка, муж - радиоинженер, жена - банковский служащий. Дети ходят в детский сад со спортивным уклоном. Все члены семьи ведут активный образ жизни, занимаются спортом, любят зрелищные мероприятия и подвижные игры.

Семья предпочитает скромную обстановку и полноценное трехразовое питание. Дети любят посещать игровые и анимационные клубы или площадки.

Задание 6. На основании знакомства с туристским предложением подобрать и обосновать туристский продукт для потребителей: две супружеские пары среднего возраста (45-50 лет), любящие природу, неторопливую сельскую жизнь, охоту, рыбалку, ремесла (хотят научиться что-то делать своими руками). Пары предпочитают натуральную и свежую пищу, скромный быт, максимально приближенный к сельской жизни, любят ухаживать за растениями, ходить пешком, купаться в реке (озере), общительны, гостеприимны, рады побывать в новых местах.

Задание 7. Ситуация 1. В городе с населением 520 тыс. чел. 10 % жителей два раза в год совершают путешествия, средняя цена тура - 25 тыс. руб., еще 10 % путешествуют один раз в год, средняя цена тура - 18 тыс. руб.

Вместе с тем социологический опрос показал, что еще 30 % потребителей готовы путешествовать и потратить на тур 15 тыс. руб.

- 1) Определить потенциальную и реальную емкость туристского рынка.
- 2) Определить объем реализации турфирмы «Колибри», если ее доля на 12% выше средней доли рынка (согласно данным статистической отчетности в городе работают 30 турфирм).

Ситуация 2. Емкость туристского рынка района составляет 150 млн руб. в год, на рынке работает 50 турфирм. Определить, как изменится средняя доля рынка, если его емкость снизится до 135 млн. руб.

Тема 4. Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 4.

Задание 1. Получение практических навыков применения маркетинговых ценовых стратегий.

На примере любой туроператорской компании:

- описать используемые методы определения цены;
- сформулировать применяемые стратегии ценообразования («снятие сливок», дифференцированные цены, низкие цены и др.).

Задание 2. На основе приведенной методики приобретение навыков проектирования справедливых цен на туристские продукты и услуги определить конкурентную и справедливую цену.

Ситуационное задание 3. Получение навыков оценки эффективности применения методов ценообразования в туризме.

Сделать выводы об экономической целесообразности нового тарифа и дать рекомендации менеджерам этнопарка, подтвердив свои рассуждения расчетами.

Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 5.

Задание 1. Проанализируйте сайты туристских компаний и сделайте выводы на основе типологии и функционального назначения сайтов туристских компаний.

Задание 2. Какие критерии в оценке качества сайта для вас важны?

Опираясь на результаты опроса, выделить ключевые потребительские запросы к веб-сайтам.

Ответить на вопросы:

1. Какие показатели сайта особенно ценны для туристской сферы?
2. Судя по предпочтениям потребителей, какие направления оптимизации сайта особенно важны?
3. Если бы вы проводили опрос в целях оценки качества и удобства пользования сайтом туристской компании, какие показатели из вышеперечисленных вы бы добавили, а какие исключили?

Тема 6. Электронный туристский бизнес: проблемы и перспективы развития.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 6.

Используя изученную методику, проведен анализ сайтов и предложены рекомендации по каждому сайту, и общие рекомендации по совершенствованию региональных туристских сайтов области. Оценить анализ и рекомендации, сделать свои предложения.

Тема 7. Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания.

Содержание практического занятия 7.

Задание 1. Дать характеристику двум типам туристских предприятий: туроператорской и турагентской фирмам по основным признакам (предприятия могут быть реальными или проектируемыми).

Задание 2. Провести анализ деятельности предприятий, сравнив основные технико-экономические показатели. Сделать выводы по результатам анализа таблицы.

Задание 3. Составить прогноз будущих продаж ООО «Тез Тур» на базе прошлого оборота, по принципу «от достигнутых объемов реализации».

Задание 4. Используя метод Дж. Д. Джонса, определить стоимость бизнеса.

Задание 5. Определить цели исследования, подготовить легенду, составить опросную анкету и провести исследование методом «тайный покупатель», используя форматы мониторинга («личный визит», «телефонный звонок», «наблюдение за покупкой»).

Тема 8. Проектирование бизнес - процессов туристской организации.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, выполнение практического задания, кейс-стади.

Содержание практического занятия 8.

Упражнение 1. Сформировать модель предприятий туризма с учетом выделенных типов хозяйственных стратегий. Определить цели и задачи предприятия на ближайшие 3-5 лет. Предложить соответствующий тип организационной структуры с учетом эволюционного подхода к организации.

Упражнение 2. Проанализировать основные типы организационных структур и выявить преимущества и недостатки.

Упражнение 3. Проанализировать организационную структуру управления компании «Тез-Тур».

Задание 1. Обосновать связь организационного проектирования с формированием хозяйственной стратегии предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Задание 2. Предложить проект процессов, протекающих в турфирме в рамках основных функций.

Кейс 1. Крупнейшее слияние на рынке туристских услуг Вопросы:

- с какой целью было предпринята попытка реорганизации деятельности;
- в чем суть стратегии слияния и какие процессы в компаниях она прежде всего затронет?

Кейс 2. ТТЛ сделает все ради вашей улыбки!

Вопросы:

- на какие производственные процессы делает ставку туроператор;
- какие изменения в системе организационного проектирования потребуют новые амбициозные планы туроператора?

Тема 9. Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного проектирования.

Форма занятия – устный опрос, презентация, доклады, эссе.

Содержание практического занятия 9.

Написать эссе о собственном бизнесе (реальном или предполагаемом) на тему: «Мой ресторан»; «Моя гостиница»; «Моя турфирма» и пр.

В ходе изложения отразить:

- суть бизнеса, его историю и мифологию;
- описание рынка, емкость и ниша (доля) рынка;
- описание предприятия (здание, оборудование, кадры, управление и пр.);
- описание продукта (услуги) (характеристика, свойства, отличительные особенности и пр.);
- потребителей;
- конкурентов;
- сильные и слабые стороны бизнеса (внутренняя среда);
- возможности и угрозы (внешняя среда);
- комплекс уникальных преимуществ;

- перспективы развития бизнеса (на три года) с учетом: объемов производства; ресурсов; затрат; дохода и прибыли; общие выводы.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые вопросы для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль № 1.

1. Понятие проектирования, проекта, программы проектов, портфеля проектов.
2. Ключевые признаки проекта.
3. Понятие проектирования, цели проекта.
4. Понятие туристско-рекреационного проектирования, инжиниринга.
5. Виды проектирования.
6. Основные этапы гуманитарного проектирования.
7. Понятия проектной идеи, концептуализации.
8. Понятия разработки проектного замысла, реализации проекта.
9. Пятиступенчатый процесс поиска идеи Дж. Янга.
10. Этапы проектирования.
11. Понятие системы, туристской системы, объекта туристского проектирования, процессов.
12. Понятия бизнес-процесса, владельца процесса, входа и выхода бизнес-процесса.
13. Сущность туристского проектирования. Определение туризма.
14. Подход к туризму в западной и отечественной практике.
15. Новый вид продукта. Новый тип экономического предложения
16. Понятия туристского пространства, естественного туристского пространства. Что входит в состав особо охраняемых природных территорий?
17. Виды памятников природы.
18. Понятие культурно-исторического туристского пространства.
19. Памятники истории, культуры, архитектуры, археологии.
20. Музеи и музейные экспозиции, памятники религиозного назначения.

Рейтинг-контроль № 2.

1. Учреждения культуры и досуга. Понятие рекреационного туристского пространства.
2. Понятие курорта, курорта федерального, регионального значения.
3. Курорт местного значения, курортный регион.
4. Лечебно-оздоровительная местность, природные лечебные ресурсы.
5. Лечебно-оздоровительные учреждения, спортивно-оздоровительные сооружения.
6. Понятия сервисного туристского пространства, средств размещения, предприятий питания.
7. Понятия торгового предприятия, туристского предприятия.
8. Понятия предприятия бытового сервиса, предприятия транспорта.
9. Понятия антропологического, событийного, мифологического туристского пространства, туристского пространства.
10. Понятие научного туристского пространства, входящие в него учреждения.

11. Почему туристское пространство становится новым «опытным полем» туристско-рекреационного проектирования? Этапы особого территориального подхода к организации туристско-рекреационного проектирования.
12. Какой унифицированный способ визуализации туристских объектов предлагается? В чем состоит территориальный подход к организации туристско-рекреационного проектирования?
13. Понятие экономического пространства. Факторы, определяющие качество и структуру экономического пространства. Понятие туристского пространства.
14. Фазы пространственного освоения туристской территории.
15. Сущность туристского проектирования. Концепция устойчивого развития территориальных систем.
16. Международный, национальный уровни организации туристских систем.
17. Что делают региональные туристские администрации? Что позволяет методика программно-целевого планирования? В чем состоит кластерный подход?
18. Критерии для оценки полноты, целесообразности и качества представляемых проектов.
19. Примеры туристско-рекреационных кластеров.
20. Местный уровень организации туристских систем. За что отвечают местные органы самоуправления? Дизайн городской среды и ландшафтный дизайн где применяют?

Рейтинг-контроль № 3.

1. Понятие рынка в классическом понимании. Понятие рыночной среды.
2. Понятия рынка предприятий туристской индустрии, рынка туристских и рекреационных услуг.
3. Факторы, которые учитываются при характеристике рынка туристских услуг.
4. Понятия спроса на туристские услуги, цены.
5. Понятия предложения туристских услуг, туристского продукта.
6. Типы рынка туристских и рекреационных услуг.
7. Понятие рыночной конъюнктуры. Факторы, характеризующие конъюнктуру рынка туристских и рекреационных услуг.
8. Этапы изучения конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг.
9. Понятия емкости рынка, доли рынка.
10. Понятие туристского продукта, услуги, входящие в туристский продукт.
11. Понятия тура, туристского продукта.
12. Понятия продвижения туристского продукта, пакета услуг.
13. Понятие турпакета, виды туров.
14. Потребительские свойства туристского продукта.
15. Основные требования к туристским продуктам и услугам.
16. 2 подхода, применяемых при разработке туристского продукта.
17. 3 уровня комплексного маркетингового подхода.
18. Технологический подход. Понятия тура, экскурсионной услуги, экскурсии, туристской услуги, туристского путешествия, маршрута путешествия.
19. Технологический подход. Понятия договора с туристом, туристской путевки, туристского ваучера, программы путешествия, памятки туриста, трансфера.
20. Факторы, с учетом которых производится проектирование тур. продуктов и услуг.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины – экзамен.

Вопросы к экзамену по дисциплине:

1. Этапы технологической последовательности турпроектирования.
2. Краткое описание тура. Где производится конкретизация краткого описания? Что включает в себя конкретизация краткого описания

3. Какие технологические документы являются результатом проектирования турпродукта?
4. Аналитические признаки проектирования турпродуктов.
5. Конкретные субъекты бизнеса. Маркетинговый продуктово-рыночный подход. Что представляет собой практическое предложение?
6. Этапы проектирования продукта.
7. Этапы процесса формирования продуктовой стратегии.
8. Понятия ассортиментной политики, структуры ассортимента.
9. Систематизированные группы маркетинговой концепции формирования ассортимента.
10. Какой подход используется к формированию ассортимента продуктов и услуг? Понятие «ключевых ценностей». Ориентиры и ценности могут меняться в течение жизни? От чего это зависит?
11. Ключевые ценностные ориентиры. Что формирует вектор процесса проектирования турпродукта?
12. Цель турфирм. Проектирование продукта. Продукт для потребителя.
13. Создание турпродукта. 4 фазы жизненного цикла продукта.
14. Жизненный цикл турпродуктов (кривая прибыли, продаж, затрат).
15. Понятие цены. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
16. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.
17. Классификация цен
18. Понятие цены. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
19. На что подразделяются издержки производства? Определение постоянных и переменных затрат.
20. Методы ценообразования.
21. 3 типа цены.
22. Уровни проектирования цен на туристские продукт и услуги.
23. Стратегии ценообразования.
24. Понятие калькулирования. Виды калькуляции.
25. Методы калькулирования. Позаказный метод. Понятия заказа, себестоимости всего заказа, объекта калькулирования себестоимости.
26. Что включает в себя себестоимость туристского продукта? Как учитываются прямые затраты? Как определяется фактическая себестоимость единицы туристского продукта?
27. Метод нормативной калькуляции. Формула стоимости туристской путевки.
28. Особенности ценообразования в туризме.
29. Почему и для кого важно изучение конкурентоспособности турпродукта и определение цены? Что это позволяет турфирмам? Что смогут потребители туристских услуг? Преимущества подобных исследований для туркомпаний.
30. Определение конкурентоспособности услуги по действиям.
31. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности продукта нашей турфирмы и продукта конкурента. Экспертный метод оценки.
32. Порядок расчета цены, ориентированной на конкурентные условия. Чем является цена, ориентированная на конкурентные условия?
33. Дисконтная политика туркомпаний. Когда фирма готова изменить исходные цены на турпродукт? Какой характер носят публикуемые цены? Система специальных скидок.
34. Система скидок как инструмент стимулирования продаж. На какие виды подразделяются скидки по своей коммерческой основе?
35. Виды скидок. Какие скидки особенно широко используются в туристской практике?
36. Понятия канала сбыта, канала продаж.
37. Производственно - сбытовая система туристских продуктов и услуг.
38. Туроператоры и турагенты кто они? Кто является производителями тур. услуг? Типы каналов сбыта.

39. Во что комплектуются туруслуги в процессе продвижения? Кто и как доводит их до потребителей?
40. Понятие коммерческой звенности. Как она оценивается? Формула коэффициента коммерческой звенности. Что он показывает?
41. 2 направления формирования каналов продаж.
42. Розничная и оптовая торговля туруслугами.
43. Факторы, объясняющие важность посредников и каналов сбыта в туризме.
44. Особенности, которые необходимо учесть при работе через независимых посредников.
45. Методы сбыта.
46. Схема связей при реализации туров «Туроператор – Турист».
47. Стратегия прямого маркетинга. Какие дополнительные функции она возлагает на туроператора.
48. Схема связей при реализации туров «Туроператор – Турагентство - Турист».
49. Чего не хватает у туроператора для осуществления прямого маркетинга? Чем объясняется широкое использование посредников?
50. Схемы, показывающие источники экономии затрат туроператоров на продвижение тур. услуг с привлечением агентской сети.
51. 4 элемента управления сбытом.
52. 4 основных принципа построения эффективной системы сбыта.
53. Электронные каналы сбыта или электронные продажи. Электронная коммерция.
54. Этапы проектирования сайта.
55. Виды сайтов. Для каких турфирм они подходят? Типовые страницы сайта и что на них нужно размещать. Структура сайта.
56. Интернет – портал.
57. Примерные цены и сроки разработки сайтов. Экономическая эффективность сайтов.
58. Виртуальный мерчендайзинг (usability).
59. Ключевые понятия usability. Основные критерии оценки usability сайта.
60. Что включает в себя продуктивность сайта. Как определяется удовлетворенность? Ряд процессов, которые должны быть заложены на стадии проектирования сайта.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуально-го задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков:
- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите реферата, экзамене.

Задания для самостоятельной работы:

Виды, темы и задания самостоятельной работы направлены на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений, включает следующие виды работ:

1. Проработка конспектов занятий и литературы.
2. Подготовка к практическим занятиям.
3. Подготовка ответов на контрольные вопросы.
4. Подготовка и написание курсовой работы.
5. Подготовка и написание промежуточных рефератов.
6. Тема 1. Задание 1. «Москва Булгаковская»: мистическая топография города.
7. Тема 1. Задание 2. Прогулки по осенней Москве: любимые уголки природы.
8. Тема 2. Задание 1. Живая карта России.
9. Тема 2. Задание 2. Проекты, предлагаемые к реализации в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации».
10. Тема 3. Задание 1. Практический пример применения трехуровневого маркетингового подхода для разработки туристского курорта.
11. Тема 3. Задание 2. Практический пример применения технологического подхода разработки туристского продукта.
12. Тема 4. Экономическое обоснование тура.
13. Тема 6. Ассоциативные образы территории.
14. Тема 7. Задание 1. Основные туроператоры.

15. Тема 7. Задание 2. Методика оценки стоимости бизнеса.
16. Тема 7. Задание 3. Практические рекомендации по применению метода «Mystery Shopping».
17. Тема 9. Задание 1. «Оранжевый закат».
18. Тема 9. Задание 2. Бизнес-план как основа успеха.
19. Тема 9. Задание 3. Методические рекомендации по составлению бизнес-плана.
20. Подготовка к экзамену.

Темы курсовых работ:

1. Проектирование туристских услуг.
2. Технологии процесса обслуживания туристов.
3. Нормируемые характеристики туристских услуг.
4. Разработка технологической документации проектирования туристской услуги.
5. Определение методов контроля качества проектирования туристской услуги.
6. Проектирования требований к процессу обслуживания туристов.
7. Проектирование контроля качества к процессу обслуживания туристов.
8. Анализ проекта туристической услуги.
9. Проектирование услуги «Туристское путешествие».
10. Проектирование услуги «Туристский поход».
11. Проектирование услуги «Экскурсия».
12. Оценка рекреационных потребностей населения в различных видах кратковременного и длительного отдыха.
13. Проект концепции развития туризма в ... (название региона, субъекта РФ).
14. Проект предприятия тур. индустрии (по выбору студента).
15. Проектирование рекреационных услуг.
16. Проектирование лечебных и лечебно-оздоровительных услуг.
17. Проектирование экскурсионных программ в различных видах культурного туризма.
18. Методика организации и проектирования туров.
19. Проектирование лечебно-оздоровительных туров.
20. Проект туристской деревни в ... (название региона, субъекта РФ).
21. Проектирование туристских продуктов.
22. Проектирование туристской деятельности.
23. Проектирование туристско-рекреационной деятельности.
24. Проектирование каналов сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг.
25. Проектирование электронного туристского бизнеса.

Общие требования к курсовой работе

- В результате выполнения курсовой работы студент должен решить следующие задачи:
- изучить и проанализировать научную, учебно-методическую литературу и периодику по проблеме исследования;
 - углублённо изучить и представить рассматриваемую тему, проблематику, раскрыв собственную критическую оценку;
 - провести анализ выбранной проблемы, показателей, материалов;
 - обобщить результаты проведённых исследований, обосновать выводы;
 - оформить курсовую работу в соответствии с установленными требованиями.

Основные этапы подготовки курсовой работы

1. Составление плана выполнения исследования.
План состоит из введения, основной части, заключения и списка использованной литературы и источников. Основная часть включает самостоятельные главы (2 главы), внутри

которых выделяется несколько разделов. По мере работы над материалом план может корректироваться.

2. Изучение студентом профильной литературы, статистических, нормативно-законодательных материалов.

3. Написание текста работы.

Во введении обосновываются актуальность темы, цели и задачи проекта, отмечается уровень разработки изучаемой проблемы, предмет и объект исследования, методы исследования, информационная база исследования, практическая и теоретическая ценность курсовой работы. Цель курсовой работы определяется по названию курсовой работы, задачи определяются в соответствии с пунктами или главами, и должны соответствовать их одноименности. Анализ литературы по проблеме исследования предполагает краткое описание наиболее значимых научных работ, которые были использованы в процессе написания курсовой работы. Объем введения должен быть в пределах 3-4 страниц.

Основная часть включает главы (параграфы, разделы) в соответствии с логической структурой изложения. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов - название глав. Формулировки должны быть лаконичными и отражать суть главы (параграфа).

В завершении каждой главы необходимо подвести краткие итоги.

В заключении делаются общие выводы по исследуемой проблеме, даются ответы на поставленные во введении задачи исследования.

В состав источников входят: Кодексы, Законы, нормативные акты, статистические материалы, отчеты.

В состав использованной литературы включаются методические указания, монографии, учебники, учебные пособия, статьи.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3
Основная литература		
1. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт.	2021	https://urait.ru/bcode/476533
2. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт.	2021	https://urait.ru/bcode/470855
3. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие / Ю. А. Колесова. - Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2019. - 352 с. - ISBN 978-5-906818-65-2. - Текст: электронный.	2019	https://znanium.com/catalog/product/1027416

1	2	3
Дополнительная литература		
1. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт.	2021	http://www.iprbookshop.ru/61895.html https://urait.ru/bcode/471501
2. Туристско-рекреационное проектирование: методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Туризм» /. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 43 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS.	2018	http://www.iprbookshop.ru/75094.html

6.2. Периодические издания

1. Журнал «Вокруг света» <http://www.vokrugsveta.ru/>
2. Газета «Туринфо» <http://www.tourinfo.ru/>
3. Газета «Турбизнес» <http://www.tourbus.ru/>
4. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии www.ratanews.ru
5. Журнал «Гостиница и ресторан: управление и бизнес» www.prohotel.ru

6.3. Интернет-ресурсы

1. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) - URL:<http://www.russiatourism.ru>
2. Национальная академия туризма - URL:<http://www.nat-moo.ru>
3. Российский союз туриндустрии - URL:<http://www.rustourunion.ru>
4. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - URL:<http://www.consultant.ru>;
5. Сайт научной библиотеки ВлГУ - URL:<http://library.vlsu.ru/> -;
6. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus - URL:<http://www.scopus.com/>;
7. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science - URL: webofscience.com.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание:

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил К.Т.К. профессор каф. ТиС (Игорь Антонович М.И.)

Рецензент

(представитель работодателя): ген. директор ООО тур. фирма «Мост» Савельева Е.В.

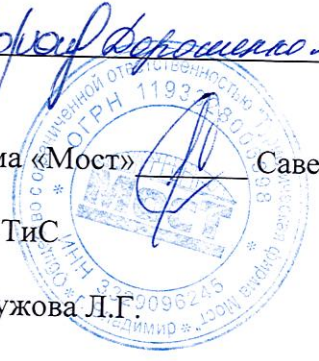
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры : ТиС

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Заведующий кафедрой ТиС

(ФИО, подпись)

Гужова Л.Г.



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления: 43.03.02 «Туризм»

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Председатель комиссии

(ФИО, подпись)

М.В. Краснова