

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)



Проректор
 по образовательной деятельности

_____ А.А.Панфилов
 « 28 » 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
 (наименование дисциплины)

Направление подготовки – 43.03.02 «Туризм»

Профиль/программа подготовки – «Технология и организация туристской деятельности»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
7	6 / 216	36	36		99	Экзамен (45), КР
Итого	6 / 216	36	36		99	Экзамен (45), КР

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – 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:

- показать важность и практическую значимость туристско-рекреационного проектирования, как системы в значительной степени определяющей направление развития всего управленческого процесса;
- 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;
- показать значение и раскрыть возможности создания новых типов туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий туристско-рекреационного проектирования;
- обосновать роль и значение передового опыта проектирования национальных и региональных туристских систем для успешного развития программ внутреннего и въездного туризма РФ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Туристско-рекреационное проектирование» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Менеджмент в туризме и сервисе», «Туристско – рекреационное ресурсоведение», «Организация туристской деятельности», «География международного туризма», «Экскурсоведение», «Виды современного туризма», «Туристское регионоведение России», «Курортология и рекреационные ресурсы»; «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности», «Туроперейтинг».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов организации и ограничений	<i>Частичное освоение компетенции</i>	Знать: специфику определения круга задач в рамках поставленной цели и оптимальные способы их решения. Уметь: определять круг задач и находить оптимальные способы их решения, формировать алгоритм действий по решению задач. Владеть: навыками поиска, анализа, оценивания сравнения задач и способов их решения.
ПКО-2 способен проектировать объекты туристской деятельности	<i>Частичное освоение компетенции</i>	Знать: этапы проектирования объектов туристской деятельности. Уметь: проектировать объекты туристской деятельности.

		Владеть: методиками проектирования объектов туристской деятельности.
ПКО-5 способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма	<i>Частичное освоение компетенции</i>	Знать: особенности поиска научной информации в сфере туризма. Уметь: анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма. Владеть: навыками анализа и обработки научной информации в сфере туризма.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование	7	1-2	4	4		11	4 /50%	
2	Тема 2. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования	7	3-4	4	4		11	4 /50%	
3	Тема 3. Туристские продукты и услуги: основы проектирования	7	5-6	4	4		11	4 /50%	Рейтинг контроль №1
4	Тема 4. Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения	7	7-8	4	4		11	4 /50%	
5	Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования	7	9-10	4	4		11	4 /50%	
6	Тема 6. Электронный туристский бизнес: проблемы и перспективы развития	7	11-12	4	4		11	4 /50%	Рейтинг контроль №2
7	Тема 7. Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности	7	13-14	4	4		11	4 /50%	
8	Тема 8. Проектирование бизнес процессов туристской организации	7	15-16	4	4		11	4 /50%	
9	Тема 9. Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного проектирования	7	17-18	4	4		11	4 /50%	Рейтинг контроль №3
Всего за 7 семестр:			216	36	36		99	36 /50%	Экзамен (45)
Наличие в дисциплине КП/КР					+				
Итого по дисциплине			216	36	36		99	36 /50	Экзамен (45)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование.

Содержание темы. Проектирование деятельности как инструмент развития. Технология 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.

Содержание практического занятия 1.

Используя дополнительный материал (приложения 1-3 УМК дисциплины), 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.

Содержание практического занятия 2.

Используя материал, представленный в приложении 5 УМК дисциплины:

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 «Плесь» в Ивановской области.
- Используя возможности портала «Живая карта России» (www.live-maprus.ru) и приложение 4 УМК дисциплины, найти на интерактивной карте этническое пространство и все традиционные промыслы Ивановской области: иконопись, ткачество, гончарное дело, лаковая миниатюра, лозоплетение, строчевышивка.
- Используя приложение 5 УМК дисциплины и 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».
- Пользуясь рис. 2.3 приложения 6 УМК дисциплины, показать возможности комплексного проекта «Малое Золотое кольцо Алтая».
- Пользуясь рис. 2.4 приложения 6 УМК дисциплины, охарактеризовать предлагаемый проектом ТРЗ «Бирюзовая Катунь» туристский продукт и необходимую для формирования ресурсную базу.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование.

Содержание практического занятия 1.

Используя дополнительный материал (приложения 1-3 УМК дисциплины), 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.

Содержание практического занятия 2.

Используя материал, представленный в приложении 5 УМК дисциплины:

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 «Плещ» в Ивановской области.
- Используя возможности портала «Живая карта России» (www.live-maprus.ru) и приложение 4 УМК дисциплины, найти на интерактивной карте этническое пространство и все традиционные промыслы Ивановской области: иконопись, ткачество, гончарное дело, лаковая миниатюра, лозоплетение, строчевышивка.

- Используя приложение 5 УМК дисциплины и 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».

- Пользуясь рис. 2.3 приложения 6 УМК дисциплины, показать возможности комплексного проекта «Малое Золотое кольцо Алтая».

- Пользуясь рис. 2.4 приложения 6 УМК дисциплины, охарактеризовать предлагаемый проектом ТРЗ «Бирюзовая Катунь» туристский продукт и необходимую для формирования ресурсную базу.

Тема 3. Туристские продукты и услуги: основы проектирования.

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) Определит 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.

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.

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 вебсайтам.

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.

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.

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 «Гез 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.

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 требуют новые амбициозные планы туроператора?

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

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. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «*Туристско-рекреационное проектирование*» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Групповая дискуссия (тема № 1, 2, 5);*
- *Анализ ситуаций (тема № 3, 4, 7, 8);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема №3, 4, 7, 8);*

Другое:

- *Написание эссе (тема №9).*

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3). Типовые тестовые задания 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. На что направлено проектирование, как процесс? 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 проектирование (1-3).
 11. Этапы проектирование (4-6).
 12. Понятие системы, туристской системы.
 13. Из каких компонентов состоит туристская система? Что учитывает комплексный подход к рассмотрению туристской системы? Что можно понимать под туристской системой?
 14. Понятия объекта туристского проектирования, процессов.
 15. Понятия бизнес-процесс, владелец процесса.
 16. Понятия выхода и входа бизнес-процесса.
-
17. Понятия туризма с одной и с др. стороны. Чем является, по сути, туристская деятельность? Чему она подчинена?
 18. Сущность туристского проектирования. Определение туризма.
 19. Что охватывает туризм: сколько отраслей экономики, мирового рынка услуг, рабочих мест?
 20. Подход к туризму в западной и отечественной практике.
 21. Феноменологический характер туризма, феноменологический взгляд.
 22. Что предоставляет туризм путешественникам? Новый вид продукта.
 23. Новый тип экономического предложения. Прикладные отрасли экономики.
 24. Понятие туристского пространства. Какие его составляют разнообразные элементы?
 25. Понятие естественного туристского пространства. Что входит в состав особо охраняемых природных территорий?
 26. На какие виды подразделяются памятники природы?
 27. Понятие геологических памятников природы.
 28. Геоморфологические, геодинамические памятники природы.
 29. Палеонтологические, минералогические, петрографические памятники природы.
 30. Вулканические, гидрогеологические памятники природы.
 31. Комплексные, гидрологические памятники природы.
 32. Ботанические, зоологические памятники природы.
 33. Комплексные, ландшафтные памятники природы.
 34. Понятие культурно-исторического туристского пространства.
 35. Памятники истории, памятники культуры.
 36. Памятники архитектуры, памятники археологии.
 37. Музеи и музейные экспозиции, памятники религиозного назначения.
 38. Учреждения культуры и досуга. Понятие рекреационного туристского пространства.
 39. Понятие курорт, курорт федерального значения, курорт регионального значения.

40. Курорт местного значения, курортный регион.
41. Лечебно-оздоровительная местность, природные леченые ресурсы.
42. Лечебно-оздоровительные учреждения, спортивно-оздоровительные сооружения.
43. Понятия сервисного туристского пространства, средств размещения, предприятий питания.
44. Понятия торгового предприятия, туристского предприятия.
45. Понятия предприятия бытового сервиса, предприятия транспорта.
46. Понятия антропологического туристского пространства, событийного туристского пространства.
47. Понятия мифологического туристского пространства, мистических мест, объектов, мифологического эпоса мест.
48. Понятие научного туристского пространства, какие в него входят учреждения.
49. Почему туристское пространство становится новым «опытным полем» туристско-рекреационного проектирования? Этапы особого территориального подхода к организации ТРП.
50. Какой унифицированный способ визуализации туристских объектов предлагается? В чем состоит территориальный подход к организации ТРП? Понятие туризма, которое из него вытекает.
51. Понятие экономического пространства. Факторы, определяющие качество и структуру экономического пространства. Понятие туристского пространства.
52. Фазы пространственного освоения туристской территории.
53. Сущность туристского проектирования. Концепция устойчивого развития территориальных систем.
54. Международный уровень организации туристских систем. Определение, кто выступает в качестве субъектов планирования, пример.
55. Национальный уровень организации туристских систем. Определение, кто формирует туристскую политику, пространственный подход к организации туристской деятельности, особые экономические зоны, их примеры.
56. Что делают региональные туристские администрации? Что позволяет методика программно-целевого планирования? В чем состоит кластерный подход?
57. Критерии для оценки полноты, целесообразности и качества представляемых проектов.
58. Примеры туристско-рекреационных кластеров.
59. Местный уровень организации туристских систем. За что отвечают местные органы самоуправления? Дизайн городской среды и ландшафтный дизайн где применяют?

Рейтинг-контроль 2.

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 (1-3).
7. Типы рынка туристских и рекреационных услуг (4-5).
8. Понятие рыночной конъюнктуры. Факторы, характеризующие конъюнктуру рынка туристских и рекреационных услуг.
9. Этапы изучения конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг.
10. Понятия емкости рынка, доли рынка (формула).
11. Понятие туристского продукта, услуги, входящие в туристский продукт.
12. Понятия тура, туристского продукта.

13. Понятия продвижения туристского продукта, пакета услуг.
14. Понятие турпакета, виды туров.
15. Заказной тур, инклюзив-тур.
16. Маршрутные туры, особенности их подготовки и проведения. Круизные туры.
17. Индивидуальные туры. Групповые туры.
18. Потребительские свойства туристского продукта (1-3).
19. Потребительские свойства туристского продукта (4-7).
20. Основные требования к туристским продуктам и услугам. Знаки внимания.
21. 2 подхода, применяемых при разработке туристского продукта.
22. 3 уровня комплексного маркетингового подхода.
23. Технологический подход. Понятия тура, экскурсионной услуги, экскурсии.
24. Технологический подход. Понятия туристской услуги, туристского путешествия, маршрута путешествия.
25. Технологический подход. Понятия договора с туристом, туристской путевки, туристского ваучера.
26. Технологический подход. Понятия программы путешествия, памятки туриста, трансфера.
27. Проектирование тур. продукта по ГОСТ 50681 – 2010. Проектирование тур. продуктов и услуг производится с учетом факторов (1-4).
28. Проектирование тур. продуктов и услуг производится с учетом факторов (5-7).
29. Проектирование тур. продуктов и услуг производится с учетом факторов (8-10).
30. Этапы технологич. последовательности турпроектирования.
31. Что определяет руководство конкретного тур. предприятия? Чем характеризуется каждый этап проектирования? Вербальная модель для проектирования тура.
32. Краткое описание тура. Где производится конкретизация краткого описания? Что она включает (1-4)?
33. Что включает в себя конкретизация краткого описания (5-7)?
34. Что включает в себя конкретизация краткого описания (8-10)?
35. Какие технологические документы являются результатом проектирования турпродукта?
36. Аналитические признаки проектирования турпродуктов (1-4).
37. Аналитические признаки проектирования турпродуктов (5-8).
38. Конкретные субъекты бизнеса. Маркетинговый продуктово-рыночный подход. Что представляет собой практическое предложение?
39. Этапы проектирования продукта (проектный).
40. Этапы проектирования продукта (производственный).
41. Этапы проектирования продукта (коммерческий).
42. По какому принципу следует позиционировать представляемый продукт? Понятие продуктовой стратегии.
43. Решение каких принципиальных задач предусматривает продуктовая стратегия турю предприятия? Как она разрабатывается?
44. Этапы процесса формирования продуктовой стратегии.
45. Понятия ассортиментной политики, структуры ассортимента.
46. Систематизированные группы маркетинговой концепции формирования ассортимента (1-3).
47. Систематизированные группы маркетинговой концепции формирования ассортимента (4-5).
48. Какой подход используется к формированию ассортимента продуктов и услуг? Понятие «ключевых ценностей». Ориентиры и ценности могут меняться в течение жизни? От чего это зависит?
49. Ключевые ценностные ориентиры (1-4).

50. Ключевые ценностные ориентиры (5-8). Что формирует вектор процесса проектирования турпродукта?
51. Цель турфирм. Проектирование продукта. Продукт для потребителя.
52. Создание турпродукта. 4 фазы жизненного цикла продукта.
53. Жизненный цикл турпродуктов (кривая прибыли).
54. Жизненный цикл турпродуктов (кривая продаж).
55. Жизненный цикл турпродуктов (кривая затрат).
56. Почему ЖЦ товаров и услуг стал короче, чем ранее? Какую роль и в чем играет концепция ЖЦП?
57. Чем характеризуется каждый этап ЖЦТ? Что означает переход от одной стадии жизненного цикла на другую?
58. Понятие цены. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма (1-4).
59. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма (5-8).
60. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.

Рейтинг-контроль 3.

1. Классификация цен по степени регулирования.
2. Классификация цен по времени действия (1-3).
3. Классификация цен по времени действия (4-5).
4. Классификация цен по формам продаж.
5. Классификация цен по степени обоснованности (1-3).
6. Классификация цен по степени обоснованности (4-5).
7. Классификация цен по условиям поставки и продажи.
8. Понятие цены. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма (1-4).
9. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма (5-8).
10. Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота.
11. Классификация цен по степени регулирования.
12. Классификация цен по времени действия (1-3).
13. Классификация цен по времени действия (4-5).
14. Классификация цен по формам продаж.
15. Классификация цен по степени обоснованности (1-3).
16. Классификация цен по степени обоснованности (4-5).
17. Классификация цен по условиям поставки и продажи.
18. Понятие цены. На что подразделяются издержки производства? Определение постоянных и переменных затрат.
19. Методы ценообразования.
20. 3 типа цены.
21. Проектирование цен на туристские продукт и услуги. Уровень 1 (справочные цены).
22. Проектирование цен на туристские продукт и услуги. Уровень 2.
23. Стратегии ценообразования.
24. Понятие калькулирования. Виды калькуляции (плановая, нормативная).
25. Виды калькуляции (сметная, фактическая, позаказная).
26. Методы калькулирования. Позаказный метод. Понятия заказа, себестоимости всего заказа, объекта калькулирования себестоимости.
27. Что включает в себя себестоимость туристского продукта? Как учитываются прямые затраты? Как определяется фактическая себестоимость единицы туристского продукта?
28. Метод нормативной калькуляции. Формула стоимости туристской путевки.
29. Особенности ценообразования в туризме.
30. 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.
31. 2 уровня решения проблемы. Определение конкурентоспособности услуги.

32. Определение конкурентоспособности по действиям (1-2).
33. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности продукта нашей турфирмы и продукта конкурента. Экспертный метод оценки.
34. Порядок расчета цены, ориентированной на конкурентные условия. Чем является цена, ориентированная на конкурентные условия?
35. Характеристика сравниваемых параметров (1-3).
36. Характеристика сравниваемых параметров (4-6).
37. Характеристика сравниваемых параметров (7-10).
38. Оценка показателя лечебного тура на 14 дней в Карловы Вары (таблица).
39. Оценка показателя лечебного тура на 14 дней в Карловы Вары (расчет).
40. Оценка показателя лечебного тура на 14 дней в Карловы Вары (почему оправдана корректировка? На чем основана данная рекомендация?) Что учитывает данный метод?
41. Дисконтная политика туркомпании. Когда фирма готова изменить исходные цены на турпродукт? Какой характер носят публикуемые цены? Система специальных скидок.
42. От чего зависит размер скидок? Сколько различных видов скидок используется в практике торговли?
43. Система скидок как инструмент стимулирования продаж. На какие виды подразделяются скидки по своей коммерческой основе?
37. Скидка за платеж наличными, скидка за объем покупаемого товара.
38. Общая (простая) скидка. Бонусная скидка.
39. Функциональные скидки. Дилерская скидка.
40. Специальные скидки. Скидка за внесезонную покупку.
41. Скидки для престижных покупателей.
42. Клубные скидки. Какие скидки особенно широко используются в туристской практике?
43. Понятия канала сбыта, канала продаж.
44. Производственно - сбытовая система туристских продуктов и услуг.
45. Туроператоры и турагенты кто они? Кто является производителями тур. услуг? Типы каналов сбыта.
46. Во что комплектуются тур. услуги в процессе продвижения? Кто и как доводит их до потребителей?
47. Понятие коммерческой звенности. Как она оценивается? Формула коэффициента коммерческой звенности. Что он показывает?
48. 2 направления формирования каналов продаж.
49. Розничная и оптовая торговля тур. услугами.
50. Факторы, объясняющие важность посредников и каналов сбыта в туризме.
51. Особенности, которые необходимо учесть при работе через независимых посредников.
52. Вывод про преимущества и недостатки использования посредников в туризме.
53. 2 метода сбыта.
54. Схема связей при реализации туров «Туроператор – Турист».
55. Стратегия прямого маркетинга. Какие доп. функции она возлагает на туроператора.
56. Схема связей при реализации туров «Туроператор – Турагенство - Турист».
57. Чего не хватает у туроператора для осуществления прямого маркетинга? Чем объясняется широкое использование посредников?
58. Схемы, показывающие источники экономии затрат туроператоров на продвижение тур. услуг с привлечением агентской сети.
59. 4 элемента управления сбытом.
60. Что нужно изучить и оценить при выборе тур агента?

Вопросы к экзамену:

1. 4 основных принципа построения эффективной системы сбыта.
2. Электронные каналы сбыта или электронные продажи. Электронная коммерция.
3. Какие функции выполняет сайт?
4. Этапы проектирования сайта.
5. Сайт – визитка. Для каких турфирм он подходит? Типовые страницы сайта и что на них нужно размещать.
6. Сайт – промо. Какой у него потребитель? Структура вкладок данного сайта.
7. Информационный сайт. Основные старницы информационного сайта.
8. Интернет – магазин, его преимущества. Структура сайта.
9. Корпоративный сайт. Его структура.
10. Интернет – портал.
11. Функции и типы сайтов.
12. Примерные цены и сроки разработки сайтов.
13. Экономическая эффективность сайтов.
14. Виртуальный мерчендайзинг (usability).
15. 3 ключевых понятия usability.
16. 3 основных критерия оценки usability сайта.
17. Что включает в себя продуктивность сайта.
18. Как определяется удовлетворенность? Ряд процессов, которые должны быть заложены на стадии проектирования сайта.
19. На что нужно ориентировать сайт на этапе проектирования? Правило 1:10:100.
20. Способы для увеличения эффективности сайта ROI usability.
21. Измерение эффективности редизайна сайта.
22. Вывод про успешность сайта.
23. Понятия новой экономики и интернет-экономики.
24. Понятие электронной коммерции. Какие технологии объединяет в себе электронный бизнес.
25. Ввели ли автоматизированную информационную систему и какую в рамках какой Федеральной целевой программы?
26. Достоинства электронного бизнеса.
27. Переход от какого к какому обществу произошел? Кому принадлежала ведущая роль в первом и во втором обществах?
28. В какое пространство перемещается туризм? Что ему характерно?
29. Направления развития электронного бизнеса.
30. Основные секторы электронного бизнеса (1-3).
31. Основные секторы электронного бизнеса (4-6).
32. Основные секторы электронного бизнеса на примере туристской сферы.
33. Функции, интересы, инструменты и проблемы коммуникации на примере секторов электронного бизнеса в туризме (B2B).
34. Функции, интересы, инструменты и проблемы коммуникации на примере секторов электронного бизнеса в туризме (B2C).
35. Функции, интересы, инструменты и проблемы коммуникации на примере секторов электронного бизнеса в туризме (B2A).
36. Функции, интересы, инструменты и проблемы коммуникации на примере секторов электронного бизнеса в туризме (C2A).
37. Функции, интересы, инструменты и проблемы коммуникации на примере секторов электронного бизнеса в туризме (C2C).
38. Направления развития электронного туристского бизнеса (1-3).
39. Направления развития электронного туристского бизнеса (4-6).
40. Ряд ключевых задач, обеспечивающих внедрение информационных технологий в теорию и практику изучения туристских ресурсов (1-3).

41. Ряд ключевых задач, обеспечивающих внедрение информационных технологий в теорию и практику изучения туристских ресурсов (4-6).
42. Чему способствует интерактивность? В какой новой форме подачи информации нуждается потребитель?
43. Почему качественный контент – основа любого тур. инф. ресурса. Понятие контента. Уникальность контента.
44. Контент – анализ. Классификация контента по происхождению (1-3).
45. Классификация контента по происхождению (4-6).
46. Туристский контент. Правила формирования туристского контента (1-3).
47. Правила формирования туристского контента (4-6).
48. Правила формирования туристского контента (7-8). Главные ориентиры.
49. Новая тур. мотивация. Визуализация. Классификация визуализации по измерениям.
50. Пиктограммы. Когнитивная карта региона. Типы ресурса (I – II).
51. Типы ресурса (III – IV).
52. Как правильно выбрать веб-разработчика ресурса?
53. Техническое задание.
54. Дизайн сайта. 2 функциональные составляющие.
55. Архитектура сайта.
56. Контент – методология. На какой основе, что и где будет объединено в единое тур. инф. пространство?
57. Контент – идеология.
58. Что предполагает формирование единого тур. инф. пространства (1-3).
59. Что предполагает формирование единого тур. инф. пространства (4-7).
60. Эффективность сайта. Группировка сайтов по эффективности их функционирования в Интернете.

Вопросы к самостоятельной работе студентов

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. Выполнение промежуточных тестовых заданий для самопроверки.
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.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
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, 2020. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — БС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/449239
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, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — ЭБС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/452072
3. Колесова Ю.А. Туристско- рекреационное проектирование: Учебное пособие / Колесова Ю.А. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 352 с.: 60x90 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-906818-65-2	2016		http://znanium.com/catalog/product/551158
Дополнительная литература			
1. Корабейников И.Н. Технологии туристско- рекреационного проектирования и освоения территорий [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Корабейников И.Н., Холодилина Ю.Е.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 103 с.	2016		http://www.iprbookshop.ru/61895.html
2. Иванова Н.В. Туристско- рекреационное проектирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Иванова Н.В., Мальшина Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 141 с.	2016		http://www.iprbookshop.ru/51621.html

7.2. Периодические издания

1. Журнал «Вокруг света» <http://www.vokrugsveta.ru/>
2. Газета «Турифо» <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


7.3. Интернет-ресурсы

1. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) www.russiatourism.ru
2. Национальная академия туризма www.nat-moo.ru
3. Российский союз туриндустрии www.rustourunion.ru

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.


Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office.

Рабочую программу составил к.т.н. Дорощенко М.Н. 

Рецензент
(представитель работодателя) ген. директор ООО Турпром Лес Сибирь С.С.
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ТЧС
Протокол № 1 от 28.08.19 года
Заведующий кафедрой ТЧС Тумовс Л.П.
(ФИО, подпись) 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 43.03.02 Турпром
Протокол № 1 от 28.08.19 года
Председатель комиссии Зресь В.Б.
(ФИО,  подпись)