

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ТУРИСТСКОЙ УСЛУГИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 Туризм

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Туристский потенциал России развитие и сохранение национальных ценностей»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Разработка концепции туристской услуги
Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 4 от 06.12.24 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	6
5. Оценка планируемых результатов обучения	6
5.1 Система оценивания	6
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	6
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	7
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
6.1 Список источников и литературы	10
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	10
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	11
9. Методические материалы	12
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	12
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	14
9.3 Иные материалы	16
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	17

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы знаний об особенностях формирования идейного содержания туристской услуги в зависимости от целевых аудиторий и трансформации их потребностей.

Задачи дисциплины:

- освоение методологии формирования туристской услуги;
- освоение основных категорий и принципов концептуального наполнения туруслуги;
- освоение методов и инструментов выстраивания партнёрских отношений в зависимости от содержания задумки туристской услуги.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.1- Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки	Знать: современные технологии формирования и продвижения туристских продуктов; составляющие туристских продукта. Уметь: определять потребности заказчиков туристских услуг, составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам; Владеть: технологиями формирования и продвижения туристского продукта, методами обработки информации, технологией ведения базы данных предоставляемых услуг.
ПК-5. Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.	Знать: особенности разработки концепции туристских продуктов и услуг Уметь: выстраивать текущие и перспективные планы для туристских продуктов Владеть: навыками изучения обслуживаемых направлений в туризме

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Разработка концепции туристской услуги» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Введение в

профессию, География туризма России, География туризма зарубежных стран, Методы научных исследований, Ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Организационно-управленческая практика, Маркетинг в индустрии туризма, Технологии индустрии HoReCa.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	18
3	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Концептуальные составляющие «турпродукта», состав и виды туристского продукта	Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Базовая услуга. Компоненты туристского продукта. Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары. Свойства и особенности турпродукта. Товарная форма турпродукта. Виды турпродукта.
2	Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг	Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Базовая услуга. Компоненты туристского продукта. Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары. Свойства и особенности турпродукта. Товарная форма турпродукта. Виды турпродукта.
3	Технология формирования концепции турпродукта	Стадии создания турпродукта: проектирование турпродукта, формирование турпродукта. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги». Проектирование туристских услуг. Изучение ресурсов выбранной дестинации, определение концепции нового турпродукта, оптимальный отбор туристских услуг для формирования турпродукта, выбор партнеров и схемы работы в дестинации. Заказные, пакетные, компротисные туры. Оформление технологической карты маршрута. Калькуляция стоимости турпродукта. Технологии динамического пакетирования
4	Продвижение туристского продукта	Продвижение туристского продукта. Методы продвижения туристского продукта. Нерекламные

	методы продвижения туристского продукта. Личная продажа. Прямая рассылка информации и работа с различными базами данных. Прямой маркетинг. Стимулирование сбыта. Пропаганда (организация паблик-релейшнз). Рекламная деятельность. Определение целей рекламы. Принятие решений о рекламном обращении. Планирование средств распространения рекламы. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютеризированная реклама. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности.
--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация –зачёт		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/	отлично/	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
A,B	зачтено	<p>промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для зачёта

1. Предмет «Разработка концепции туристской услуги».
2. Туристский продукт. 3. Структура туристского продукта.
4. Элементы туристского продукта.
5. Компоненты туристского продукта.
6. Тур. Основные услуги.
7. Тур. Дополнительные услуги.
8. Тур как первичная единица туристского продукта.
9. Особенности туристского продукта.

10. Отличие туристской услуги от товара.
11. Потребительские свойства и качество туристского продукта.
12. Этапы разработки туристского продукта.
13. Идея при разработке туристского продукта.
14. Концепция туристского продукта и его проверка.
15. Маркетинговая стратегия туристского продукта.
16. Целевой рынок туристского продукта.
17. Планирование позиции и объема сбыта туристского продукта.
18. Планирование доли рынка и условий прибыли туристского продукта.
19. Маркетинг рынка туристских услуг.
20. Описание туристской услуги.
21. Построение модели маршрута.
22. Туристские ресурсы предполагаемого маршрута.
23. Построение трассы маршрута: общие особенности.
24. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Зарубежной Европе).
25. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Зарубежной Азии).
26. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Африке)
27. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Северной Америке).
28. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Латинской Америке).
29. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Австралии и Океании).
30. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Европейской части России).
31. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Азиатской части России).
32. Особенности построения трассы маршрута (на примере маршрута по Республике Татарстан).
33. Схема безопасности на маршруте.
34. Согласование паспорта с соответствующими службами
35. Пробная обкатка маршрута.
36. Продвижение туристского продукта.
37. Методы продвижения туристского продукта.
38. Нерекламные методы продвижения туристского продукта.
39. Личная продажа туристского продукта.
40. Прямая рассылка информации о туристском продукте.
41. Работа с базами данных туристских продуктов.
42. Прямой маркетинг туристских продуктов.
43. Стимулирование сбыта туристских продуктов.
44. Пропаганда туристских продуктов.
45. Рекламная деятельность при продвижении туристского продукта.
46. Определение целей рекламы и принятие решений о рекламном обращении при продвижении туристских продуктов.
47. Планирование средств рекламы при продвижении туристских продуктов.
48. Реклама туристских продуктов в прессе.
49. Печатная реклама туристских продуктов.
50. Рекламные сувениры для продвижения туристских продуктов.
51. Прямая почтовая и аудиовизуальная реклама для продвижения туристских продуктов.

52. Разработка рекламного бюджета для продвижения туристских продуктов.

Примерные контрольные задачи по дисциплине:

В туристическую компанию поступил запрос от московской школы с просьбой организовать для школьной группы 14-16 лет тур в Карелию (Петрозаводск) на зимние каникулы на 3 дня/2 ночи, размещение 2 местных номера с удобствами. Питание 3-х разовое. В программу включить по возможности больше интерактивных мероприятий.

Группа 20 школьников + 2 сопр. Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

Ведущий российский туроператор получил от органов государственной власти Сибирского федерального округа заказ на разработку нового экскурсионного маршрута на 4-5 дней с посещением духовно-религиозных центров региона. В программу тура необходимо включить памятники культуры, музеи и посещение группой местного праздника. Размещение не менее чем в 3* отеле, питание 3-х разовое, группа – 15 чел. Программа тура начинается от аэропорта в месте прибытия группы.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел

Банковская компания планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Подмоскowie: в будни на 2дня/1ночь. Сотрудники – молодые, активные люди, любящие спорт – просим учесть эту особенность. Требования к досугу – роликовые коньки, бассейн, большой теннис. Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Хотелось бы, чтобы это было недалеко от Москвы (1-1,5 часа) с возможностью размещения как в корпусных зданиях, так и в коттеджах. Уровень размещения и питания должен быть высокий, не ниже 4* европейского качества. Компания – 42 человека. Основное размещение – в корпусе, 17 двухместных номеров (34 чел.) и 4 номера повышенной комфортности желательно в коттеджах с сауной (4 коттеджа) для размещения руководства компании по 2 чел. (всего 8 чел.). Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед.

Просим рассмотреть возможность аренды конференц-зала в 1 день (на 2 часа, зал вместимостью до 40 чел.) и банкетного зала с развлекательной программой вечером 1 дня (по особому меню и программе).

Компания «Мосметрo» планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Елец: в выходные, с 11 по 12 ноября 2020 года на 2дня/1ночь. Сотрудники – средний возраст 40-45 лет. Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Размещение в гостинице в центре города. Группа в количестве 20 человек. Основное размещение – 9 двухместных номеров и 1 номер люкс. Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед. Банкет в первый день вечером в ресторане, желательно с включением в меню блюд местной кухни.

Просим предложить экскурсионную программу по Ельцу, с включением в программу посещения мест, связанных с именем Бунина И.А.

Туристическая компания предполагает создать отдел по работе со школьными группами. Сотрудникам компании, претендующим на роль руководителя отдела, предлагается провести анализ предложений и спроса на рынке детского туризма в Москве и внести предложения руководству компании по туристским направлениям и турпродукту для детских групп.

Необходимо: определить потенциального потребителя турпродукта планируемого направления; разработать анкету для опроса потенциальных потребителей с целью выявления привлекательных туристских направлений; провести анализ существующих предложений на рынке детского туризма.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Об основах туристской деятельности: Федеральный закон «132-ФЗ от 4 октября 1996 года (в ред.).

Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 6.10.2003 № 131-ФЗ (в ред. от 25.12.2008 № 281-ФЗ, 07.05.2009 №90-ФЗ, 28.1.2009 №283-ФЗ) [Электронный ресурс] / Сайт КонсультантПлюс. – 2009. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=94220>

Дополнительные

ГОСТ Р 54869–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом» – <http://docs.cntd.ru/document/1200089604>

ГОСТ Р 54870—2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов» – <http://docs.cntd.ru/document/1200089605>

ГОСТ Р 54871—2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению программой» – <http://docs.cntd.ru/document/1200089606>

ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.

ГОСТ Р 53423-2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения.

ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования.

Литература

Основная

Ветитнев А.М. Организация санаторно-курортной деятельности [Электронный ресурс] : Учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. "Гостиничное дело" / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова.— Электронные текстовые данные (1 файл: 1 Мб) .— М. : Федеральное агентство по туризму, 2014 .— 272 с.

Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма : Учебник.— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017 .— 176 с. .

Управление проектами: Учебное пособие для студ. обуч. по спец. "Менеджмент организации" / И.И. Мазур [и др.] ; под ред. И.И. Мазура, В.Д. Шапиро.—10-е изд., стер.—М. : Омега-Л, 2014.—960 с. : ил., табл.

Дополнительная

Барчуков И. С. Санаторно-курортное дело.— 1 .— Москва : Издательство "ЮНИТИДАНА", 2012 .— 303 с. .— < znanium.com >.

Поташева Г.А. Управление проектами (проектный менеджмент) : Учебное пособие.— 1.—Москва : ООО «Научно-издательский центр ИНФРАМ», 2017.—224 с. .— < znanium.com >.

Попов Ю.И. Управление проектами : Учебное пособие. —1.—Москва : ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2016.—208 с. . — < znanium.com >.

Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ) : Учебное пособие.— 1 .— Москва ; Москва : Издательство "Магистр" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017 .— 432 с. .— < znanium.com >.

Тихомирова О.Г. Управление проектами : практикум : Учебное пособие.—1.—Москва : ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2017.— 273 с. .— < znanium.com>.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

www.rcpp.ru - Российский союз промышленников и предпринимателей;

www.amr.ru - Ассоциация менеджеров России;

www.e-executive.ru – Интернет сообщество профессиональных менеджеров;

www.pmi.org - Официальный сайт международного института управления проектами;
 www.spark-interfax.ru - СПАРК - Система профессионального анализа рынков и компаний;
 www.sovnet.ru – Сайт российской организации по управлению проектами «СОВНЕТ»;
 www.koob.ru/venttsel - Сайт по математическому обеспечению управления проектами;
 www.ganttproject.biz – сайт по программному обеспечению планирования проектов и построения диаграмм Ганта;
 www.unwto.org - Всемирная туристская организация (UNWTO);
 www.wttc.org - Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC);
 http://www.travelinform.ru/main/newtech - Информационный ресурс ТУРТРЭВЕЛ: турбизнес для профессионалов;
 gostourunion.ru - Сайт Российского Союза туриндурии;
 atorus.ru - Сайт ассоциации туроператоров России;
 Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsu.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных

увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

-

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 Концептуальные составляющие «турпродукта», состав и виды туристского продукта

Вопросы и задания:

Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания.

Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта.

Базовая услуга.

Компоненты туристского продукта.

Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары.
 Свойства и особенности турпродукта.
 Товарная форма турпродукта.
 Виды турпродукта

Тема 2 Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг

Вопросы для обсуждения:

Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания.

Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта.

Базовая услуга.

Компоненты туристского продукта.

Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары.

Свойства и особенности турпродукта.

Товарная форма турпродукта.

Виды турпродукта.

Тема 3 Технология формирования концепции турпродукта

Вопросы для обсуждения:

Стадии создания турпродукта: проектирование турпродукта, формирование турпродукта.

ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги».

Проектирование туристских услуг.

Изучение ресурсов выбранной дестинации, определение концепции нового турпродукта, оптимальный отбор туристских услуг для формирования турпродукта, выбор партнеров и схемы работы в дестинации.

Заказные, пакетные, компротиссные туры.

Оформление технологической карты маршрута.

Калькуляция стоимости турпродукта.

Технологии динамического пакетирования

Тема 4 Продвижение туристского продукта.

Вопросы для обсуждения:

Продвижение туристского продукта.

Методы продвижения туристского продукта.

Нерекламные методы продвижения туристского продукта.

Личная продажа.

Прямая рассылка информации и работа с различными базами данных.

Прямой маркетинг.

Стимулирование сбыта.

Пропаганда (организация паблик-релейшнз).

Рекламная деятельность.

Определение целей рекламы.

Принятие решений о рекламном обращении.

Планирование средств распространения рекламы.

Реклама в прессе.

Печатная реклама.

Аудиовизуальная реклама.

Рекламные сувениры.

Прямая почтовая реклама.

Наружная реклама.

Компьютеризированная реклама.

Разработка рекламного бюджета.

Оценка эффективности рекламной деятельности.

Материально-техническое обеспечение занятия:
 Компьютер с выходом в интернет.
 Устройство вывода изображения.
 Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

По согласованию с преподавателем, материалы письменной работы и презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

Задание:

Задание 1.

Проанализируйте сайты туроператорских компаний (по выбору преподавателя), определите вид деятельности, специализацию, направления и виды тупродуктов.

Задание 2.

Определить вид турпродукта (по выбору студента), определить ведущих туроператоров по этому направлению с использованием поисково-информационных систем (онлайн-агрегаторы). Дать характеристику выбранного вида турпродукта, представленного на туристском рынке.

Задание 3.

Проанализировать сайты автобусных транспортных компаний (по выбору преподавателя). Изучить условия сотрудничества с туроператорскими компаниями. Выбрать одну или две из них в качестве партнера по оказанию транспортных услуг и объяснить почему. Подготовить презентацию-сообщение.

Задание 4.

Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

Задание 5.

Изучить сайт туроператорской компании (по выбору преподавателя). Составить таблицу дополнительных услуг, входящих в состав турпродукта.

Задание 6.

Подготовить проект (виртуальный турпродукт) молодежного турпродукта в Московском регионе с учетом рекомендуемой технологии формирования турпродукта.

Задание 7.

Рассчитать стоимость тура (программа тура предлагается преподавателем) с использованием программы Excel.

Задание 8.

Подготовить список документов для туристов с двумя детьми (5 и 16 лет) для получения визы в Германию (каждый студент готовит сообщение и презентацию по определенной стране). Обозначить для туристов (т\а) вопросы, на которых необходимо заострить внимание.

Задание 9.

Изучить предложения страховых компаний по страхованию туристов (каждый студент готовит сообщение и презентацию по определенной компании: Ингосстрах, ЕРВ Туристическое Страхование, РесоГарантия, АльфаСтрахование, Абсолют Страхование, Русский Стандарт Страхование, Ренессанс Страхование, Согласие, ВТБ Страхование, РИКС, Zetta Страхование и др.). Подготовить презентацию о выборе страховки для туристов по разрабатываемому студентом туру.

Задание 10.

Разработать макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: на кого ориентирован туристский продукт, что вы хотите сказать о качестве вашего продукта.

Задание 11.

Составить план мероприятий публик рилейшнз для туроператорской компании (по выбору преподавателя). PR-компания должна быть направлены на: перманентную организацию информационного потока от компании к существующим и потенциальным партнерам и клиентам; создание и поддержание имиджа компании и обеспечение эффекта ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях; достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и социума, на который ориентируется бизнес компании.

Задание 12.

Подготовить рекламный буклет по разработанному турпродукту. Оценивается его информативность, иллюстративный ряд и удобство пользования

Задание 13.

Подготовить сообщение по IT-стартапам в области информационных технологий для сферы туризма.

9.3 Иные материалы

Вопросы для самостоятельного изучения:

Формирование туристского продукта.

Участники процесса формирования туристского продукта, их роль.

Характеристика отдельных составляющих туристского продукта (по выбору)

Соотношение понятий "туристская услуга" и "туристский продукт".

Экскурсионная программа как туристский продукт.

Продвижение туристского продукта.

Туристский рынок.

Методы продвижения туристского продукта.

Нерекламные методы продвижения туристского продукта.

Реклама туристских продуктов.

Разработка рекламного бюджета для продвижения туристских продуктов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы знаний об особенностях формирования идейного содержания туристской услуги в зависимости от целевых аудиторий и трансформации их потребностей.

Задачи дисциплины:

- освоение методологии формирования туристской слуги;
- освоение основных категорий и принципов концептуального наполнения туруслуги;
- освоение методов и инструментов выстраивания партнёрских отношений в зависимости от содержания задумки туристской услуги.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3.1- Должен уметь оказывать туристам помощь в выборе туристских направлений, туристских маршрутов, времени проведения туристской поездки

ПК-5.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основные категории, элементы и принципы организации проектной деятельности в туристской индустрии; - технологии и инструментарий решения различных типов проблем в системе управления проектами в туристской индустрии; нормативную базу стандартизации в туристской индустрии; основные направления развития теории и методов исследований в сфере туризма; методологию управления проектами в туристской индустрии

Уметь: проектировать организационную структуру и основные процессы туристских предприятий с различными типами хозяйственной стратегии; использовать современные методы проектного управления в туристской индустрии; использовать в практической деятельности систему стандартизации управления проектами в туристской индустрии

Владеть: методикой внедрения систем стандартизации в туристской индустрии; специальной терминологией; умением сопоставлять различные методологии и стандарты управления проектами и программами в туристской индустрии; навыками анализа использования соответствующих методологий и стандартов применительно к управлению проектами и программами в туристской индустрии в контексте их характеристик и окружения

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.