

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»**

Утверждаю:
Декан естественно-географического
факультета



С.В. Жеглов
«30» августа 2018 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Туристско-рекреационное проектирование

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки: Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев - нормативный

Факультет: естественно-географический

Кафедра: экономической и социальной географии и туризма

Рязань, 2018

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины

Туристско-рекреационное проектирование

являются овладение компетенциями ФГОС ВО и теоретическими основами по проектированию туристских продуктов и туристских услуг и реализации проектов, в соответствии с требованиями потребителя.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина Туристско-рекреационное проектирование относится к базовой части Блока 1 – Б1.Б.9.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Методы туристско-рекреационных исследований

Организация туристской деятельности

География туризма

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Государственная итоговая аттестация

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

| № п/п | Номер/индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | |
|-------|--------------------------|--|---|---|---|
| | | | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны: | | |
| | | | Знать | Уметь | Владеть (навыками) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | ОПК-2 | Способностью к разработке туристского продукта | С целью разработки туристского продукта знать понятия туристские продукты и услуги. Особенности рынка туристских продуктов и услуг. Рынок предприятий туристской индустрии. Рынок туристских и рекреационных услуг. Понятия спрос, цена, рыночная конъюнктура. Емкость рынка, прием выявления доли рынка для предприятия. Основные тренды в развитии российского туристского рынка. Понятие туристский продукт, тур. Продвижение туристского продукта. Понятие пакет услуг. Виды туров. Подходы к разработке туристского продукта. Аналитические признаки проектирования туристского продукта. Этапы проектирования турпродукта. Понятие продуктовая стратегия, ассортиментная политика. Формирование ассортимента продуктов и услуг. Проектирование жизненного цикла туристского | При разработке туристского продукта уметь анализировать факторы рынка туристских услуг. Анализировать основные типы рынка туристских и рекреационных услуг. Анализировать факторы конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг. Использовать алгоритм изучения конъюнктуры рынка. Применять методику определения доли рынка. Анализировать основные тренды развития российского туристского рынка. Анализировать количественные параметры современного крупного турбизнеса. Определять и анализировать виды туров. Анализировать потребительские свойства туристского продукта. Различать и использовать подходы при разработке туристского продукта. Составлять и анализировать краткое описание тура. Анализировать и использовать аналитические признаки проектирования туристского продукта. Использовать алгоритм (этапы) проектирования турпродукта. Анализировать и использовать этапы формирования продуктовой стратегии. Анализировать ассортимент и разнообразие продуктов и услуг. Анализировать жизненный | При разработке туристского продукта владеть приемом анализа основных тенденций (трендов) формирования и развития туристского рынка (различного уровня). Приемом оценки современной конъюнктуры туристского рынка различного уровня. Приемом применения основных подходов при разработке туристского продукта. Приемом составления краткого описания тура. Приемом использования аналитических признаков при проектировании туристского продукта. Приемом поэтапной разработки турпродукта. Приемом оценки перспектив жизненного цикла туристского продукта. Приемом подборки и обоснования туристского продукта для конкретного потребителя на основе анализа туристского предложения (в регионе, стране). Приемом составления технологической карты туристского путешествия. Приемом составления |

| | | | | | |
|---|-------------|---|---|--|---|
| | | | продукта. | цикл туристских продуктов. | технологической карты экскурсии. |
| 2 | ПК-1 | Владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме | Теоретические основы проектирования и способы применения основных методов проектирования. Понятия проектирование, проект. Ключевые признаки проекта. Туристско-рекреационное проектирование. Виды проектирования. Технологическую цепочку проектирования. Понятие туристские системы. Объект туристского проектирования. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования, феномен туризма. Сущность туристского проектирования. Туристское пространство, его типы и виды. Территориальный аспект в проектировании и уровни туристского проектирования. Пространственное освоение туристской территории. Особые экономические зоны туристского типа. Туристско-рекреационные кластеры. Факторы ценообразования в сфере туризма. Классификацию цен. Структуру цены и методы ценообразования. Стратегию ценообразования. Понятие калькулирование. Методы калькулирования. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентноспособности туристского продукта. Дисконтная программа. Понятия канал сбыта, каналы продаж. Понятие | Применять теоретические основы проектирования и основные методы проектирования. Анализировать и различать понятия отдых, туризм, рекреация, досуг. Выявлять объект проектирования. Анализировать и различать виды проектирования. Анализировать ключевые признаки проекта. Анализировать и использовать этапы технологической цепочки проектирования. Анализировать структуру туристских систем. Составлять проекты тематических экскурсионных маршрутов. Обзорно и поэтапно представлять характеристики проектируемого продукта. Анализировать феномен туризма и основные подходы к его изучению. Различать и анализировать типы туристского пространства по основным признакам. Анализировать фазы пространственного освоения туристской территории. Различать и анализировать уровни организации туристских систем. Показывать на карте и анализировать особые экономические зоны туристского типа. Показывать на карте и анализировать туристско-рекреационные кластеры. Анализировать факторы ценообразования. Анализировать и различать признаки классификации цен. Составлять и анализировать структуру цены. Анализировать и различать методы ценообразования. Анализировать типы стратегий ценообразования. Анализировать и различать виды калькуляции. Различать и анализировать методы калькулирования. Анализировать базисные показатели конкурентноспособности товара и услуг. Анализировать и различать основные виды скидок. Анализировать производственно-сбытовую систему туристских продуктов и услуг. Различать и анализировать | Приемами применения теоретических основ проектирования и основными методами проектирования. Приемом анализа ключевых признаков проекта. Алгоритмом гуманитарного проектирования. Алгоритмом технологической цепочки проектирования. Приемом анализа туристских систем. Приемом выявления объекта проектирования. Приемом проектирования тематических экскурсионных маршрутов (тема - по выбору) с обзорным и поэтапным представлением характеристик проектируемого продукта. Приемом выявления ключевых факторов создания туристско-рекреационных кластеров (на примерах). Свободно владеть приемом определения местоположения и границ туристско-рекреационных кластеров на карте. Свободно использовать возможности портала «Живая карта России» для определения типов туристского пространства, туристско-рекреационных возможностей территории. Приемом анализа текстовой и картографической информации для выявления возможностей и проблем туристско-рекреационных кластеров. Приемом определения конкурентноспособности пакетов услуг (на примерах). Приемом выявления эффективности применения методов ценообразования в туризме (на |

| | | | | | | |
|----|------|---|--|---|--|--|
| | | | <p>коммерческая звенность, система дистрибьюции. Прямой и косвенный методы сбыта в туризме. Принципы построения эффективной системы сбыта в туризме. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Особенности проектирования структуры, содержания сайта туристской компании. Функции сайта туристской компании. Продуктивность и эффективность сайта как комплексный показатель. Понятие интернет-экономики и электронной коммерции. Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий в информационном пространстве. Понятие контент-анализ. Понятие туристский контент и его разновидности. Понятие туристская мотивация. Методы представления туристской информации: визуализация, пиктограммы. Понятие когнитивная карта региона. Типы электронных туристских ресурсов.</p> | <p>внешние и внутренние каналы продаж, компоненты системы дистрибьюции. Анализировать основные схемы связей при реализации туров. Анализировать параметры турагента как партнера по сбыту турпродукта. Анализировать сайты туристских компаний как элемент продаж. Различать и анализировать типы сайтов туристских компаний. Анализировать экономическую эффективность сайтов. Выявлять преимущества электронного бизнеса. Различать и анализировать основные секторы электронного бизнеса в туризме. Анализировать функции, интересы, инструменты и проблемы электронного бизнеса в туризме. Различать и анализировать направления развития электронного туристского бизнеса. Анализировать правила формирования туристского контента. Анализировать визуальный ряд для туристского контента. Анализировать когнитивные карты регионов. Находить и анализировать электронные туристские ресурсы разных типов. Анализировать технологию разработки туристского портала (сайта). Анализировать региональные туристские сайты.</p> | <p>примерах). Приемом конструирования производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг. Приемом конструирования логистической цепи продвижения турпродукта и услуг. Навыками анализа сайтов туристских компаний, определения их типов и функционального назначения (на примерах). Навыками оценки качества сайта туристской компании (на примерах). Приемом опроса потребителей с целью оценки качества сайта туристской компании. Приемом создания туристского контента, используя правила. Приемом создания визуального ряда для туристского контента с целью формирования туристской мотивации. Приемами работы с электронными туристскими ресурсами разных типов. Приемом конструирования туристского портала (сайта). Методикой оценки региональных туристских сайтов (на примерах).</p> | |
| 3. | ПК-3 | <p>Готовностью реализации проектов туристской индустрии</p> | к в | <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии знать понятие туристские предприятие, отрасль экономики, сектор экономики. Классификацию предприятий индустрии туризма. Структуру индустрии туризма. Субъекты туристской индустрии. Компоненты туристского предприятия. Понятие туристская фирма и ее задачи. Показатели деятельности турпредприятия. Методику изучения</p> | <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии уметь анализировать предприятия туристской индустрии по основным признакам. Анализировать структуру индустрии туризма по секторам и уровням управления. Различать и характеризовать субъекты туристской индустрии. Анализировать виды деятельности и функции туристского предприятия. Различать и анализировать задачи туристской фирмы. Различать и анализировать форматы туристских предприятий. Различать и характеризовать показатели деятельности турпредприятия.</p> | <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии владеть приемом анализа деятельности турпредприятия. Методикой и приемами изучения клиентов турпредприятия. Методикой изучения конкурентов. Приемом сравнительной характеристики турпредприятия и его конкурентов по основным турпродуктам. Приемом сравнительной характеристики турфирмы и ее конкурента по</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | <p>клиентов турпредприятия. Методику изучения конкурентов. Активные маркетинговые методы. Мониторинг Mystery Shopping. Понятие организационное проектирование. Проектирование производственных процессов. Понятие организационная структура. Типы организационной структуры предприятия туризма. Формирование хозяйственной стратегии и ее уровни. Понятие планирование, его функции, задачи и стадии. Уровни и виды планов. Понятие стратегическое планирование. Технологию разработки стратегических планов турпредприятия. Понятие бизнес-план туристской организации. Понятие точка безубыточности. Параметры, необходимые для организации турагентства.</p> | <p>Различать и характеризовать основные способы изучения клиентов турпредприятия. Структурировать и характеризовать основные действия при изучении конкурентов. Анализировать активные маркетинговые методы. Объяснять сущность и возможности мониторинга Mystery Shopping. Различать и анализировать элементы и подходы к проектированию организации. Различать и анализировать группы и типы производственных процессов. Различать и характеризовать типы организационной структуры предприятия и факторы ее определяющие. Различать и характеризовать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Анализировать процессы в рамках реализации функции производства турпродукта. Анализировать систему планирования турпредприятия. Анализировать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Характеризовать структуру стратегии турфирмы. Характеризовать и анализировать цель, виды и разделы бизнес-плана турпредприятия.</p> | <p>основным признакам. Приемом использования метода Mystery Shopping. Приемом анализа деятельности турпредприятия по основным технико-экономическим показателям (на примерах). Приемом конструирования типов организационных структур для турпредприятий. Приемом формирования модели предприятия туризма. Приемом анализа организационной структуры турпредприятия (на примерах). Приемом выявления связи цели турпредприятия и типа его оргструктуры. Приемом проектирования процессов в турфирме а рамках основных функций. Приемом составления плана турпредприятия. Технологией разработки стратегического плана турпредприятия. Приемом составления бизнес-плана турпредприятия по основным разделам.</p> |
|--|--|--|--|--|--|

2.5 Карта компетенций дисциплины.

| КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ | |
|--|--|
| НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Туристско-рекреационное проектирование | |
| Цель дисциплины | являются овладение компетенциями ФГОС ВО и теоретическими основами по проектированию туристских продуктов и туристских услуг и реализации проектов, в соответствии с требованиями потребителя. |
| В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие | |

Общепрофессиональные компетенции:

| КОМПЕТЕНЦИИ | | Перечень компонентов | Технологии формирования | Форма оценочного средства | Уровни освоения компетенции |
|-------------|---|--|--|--|--|
| ИНДЕКС | ФОРМУЛИРОВКА | | | | |
| ОПК-2 | Способность к разработке туристского продукта | <p>Знания</p> <p>С целью разработки туристского продукта знать понятия туристские продукты и услуги. Особенности рынка туристских продуктов и услуг. Рынок предприятий туристской индустрии. Рынок туристских и рекреационных услуг. Понятия спрос, цена, рыночная конъюнктура. Емкость рынка, прием выявления доли рынка для предприятия. Основные тренды в развитии российского туристского рынка. Понятие туристский продукт, тур. Продвижение туристского продукта. Понятие пакет услуг. Виды туров. Подходы к разработке туристского продукта. Аналитические признаки проектирования туристского продукта. Этапы проектирования турпродукта. Понятие продуктовая стратегия, ассортиментная политика. Формирование ассортимента продуктов и услуг. Проектирование жизненного цикла туристского продукта.</p> <p>Умения</p> <p>При разработке туристского продукта уметь анализировать факторы рынка туристских услуг. Анализировать основные типы рынка туристских и рекреационных услуг. Анализировать факторы конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг. Использовать алгоритм изучения</p> | <p>лекции с использованием слайд-презентаций, использование активных форм организации лабораторного занятия: работа в парах, самоопрос, взаимный опрос с выставлением оценки, самостоятельная работа с источниками информации.</p> | <p>Отчет по лабораторным работам, индивидуальное устное собеседование, контрольная работа, экзамен</p> | <p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>С целью разработки туристского продукта в достаточной степени (на уровне определения понятий) знает понятия туристские продукты и услуги. Понимает особенности рынка туристских продуктов и услуг. Знает рынок предприятий туристской индустрии. Рынок туристских и рекреационных услуг. Объясняет понятия спрос, цена, рыночная конъюнктура. Емкость рынка, прием выявления доли рынка для предприятия. Знает основные тренды в развитии российского туристского рынка. Объясняет понятие туристский продукт, тур. Понимает продвижение туристского продукта. Понятие пакет услуг. Виды туров. Знает подходы к разработке туристского продукта. Понимает аналитические признаки проектирования туристского продукта. Знает этапы проектирования турпродукта. Объясняет понятие продуктовая стратегия, ассортиментная политика. Формирование ассортимента продуктов и услуг. Понимает проектирование жизненного цикла туристского продукта.</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>При разработке туристского продукта может уверенно и аргументированно анализировать факторы рынка туристских услуг. Анализировать основные типы рынка туристских и рекреационных услуг. Анализировать факторы конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг. Способен использовать алгоритм изучения конъюнктуры</p> |

| | | | |
|--|---|--|---|
| | <p>конъюнктуры рынка. Применять методику определения доли рынка. Анализировать основные тренды развития российского туристского рынка. Анализировать количественные параметры современного крупного турбизнеса. Определять и анализировать виды туров. Анализировать потребительские свойства туристского продукта. Различать и использовать подходы при разработке туристского продукта. Составлять и анализировать краткое описание тура. Анализировать и использовать аналитические признаки проектирования туристского продукта. Использовать алгоритм (этапы) проектирования турпродукта. Анализировать и использовать этапы формирования продуктовой стратегии. Анализировать ассортимент и разнообразие продуктов и услуг. Анализировать жизненный цикл туристских продуктов.</p> <p>Навыки</p> <p>При разработке туристского продукта владеть приемом анализа основных тенденций (трендов) формирования и развития туристского рынка (различного уровня). Прием оценки современной конъюнктуры туристского рынка различного уровня. Прием применения основных подходов при разработке туристского продукта. Прием составления краткого описания тура. Прием использования аналитических признаков при проектировании туристского продукта. Прием поэтапной разработки турпродукта. Прием оценки перспектив жизненного цикла туристского продукта. Прием подборки и обоснования туристского продукта для</p> | | <p>рынка. Может применять методику определения доли рынка. Анализировать основные тренды развития российского туристского рынка. Анализировать количественные параметры современного крупного турбизнеса. Умеет определять и анализировать виды туров. Анализировать потребительские свойства туристского продукта. Способен различать и использовать подходы при разработке туристского продукта. Может составлять и анализировать краткое описание тура. Анализировать и использовать аналитические признаки проектирования туристского продукта. Умеет использовать алгоритм (этапы) проектирования турпродукта. Анализировать и использовать этапы формирования продуктовой стратегии. Способен анализировать ассортимент и разнообразие продуктов и услуг. Умеет анализировать жизненный цикл туристских продуктов. При разработке туристского продукта владеть уверенно и полностью самостоятельно владеет приемом анализа основных тенденций (трендов) формирования и развития туристского рынка (различного уровня). Приемом оценки современной конъюнктуры туристского рынка различного уровня. Владеет приемом применения основных подходов при разработке туристского продукта. Приемом составления краткого описания тура. Приемом использования аналитических признаков при проектировании туристского продукта. Владеет приемом поэтапной разработки турпродукта. Приемом оценки перспектив жизненного цикла туристского продукта. Приемом подборки и обоснования туристского продукта для конкретного потребителя на основе анализа туристского предложения (в регионе, стране). Приемом составления технологической карты туристского путешествия. Владеет приемом составления технологической карты экскурсии.</p> |
|--|---|--|---|

| | | конкретного потребителя на основе анализа туристского предложения (в регионе, стране). Прием составления технологической карты туристского путешествия. Прием составления технологической карты экскурсии. | | | |
|--------------------------------------|---|--|---|---|--|
| Профессиональные компетенции: | | | | | |
| КОМПЕТЕНЦИИ | | Перечень компонентов | Технологии формирования | Форма оценочного средства | Уровни освоения компетенции |
| ИНДЕКС | ФОРМУЛИРОВКА | | | | |
| ПК-1 | Владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме | Знания Теоретические основы проектирования и способы применения основных методов проектирования. Понятия проектирование, проект. Ключевые признаки проекта. Туристско-рекреационное проектирование. Виды проектирования. Технологическую цепочку проектирования. Понятие туристские системы. Объект туристского проектирования. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования, феномен туризма. Сущность туристского проектирования. Туристское пространство, его типы и виды. Территориальный аспект в проектировании и уровни туристского проектирования. Пространственное освоение туристской территории. Особые экономические зоны туристского типа. Туристско-рекреационные кластеры. Факторы ценообразования в сфере туризма. Классификацию цен. Структуру цены и методы ценообразования. Стратегию ценообразования. Понятие калькулирование. Методы калькулирования. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на | лекции с использованием слайд-презентаций, использование активных форм организации лабораторного занятия: работа в парах, самоопрос, взаимный опрос с выставлением оценки, самостоятельная работа с источниками информации. | Отчет по лабораторным работам, индивидуальное устное собеседование, контрольная работа, экзамен | ПОРОГОВЫЙ Знает в достаточной степени, на уровне определения понятий теоретические основы проектирования и способы применения основных методов проектирования. Понятия проектирование, проект. Ключевые признаки проекта. Туристско-рекреационное проектирование. Виды проектирования. Технологическую цепочку проектирования. Понятие туристские системы. Объект туристского проектирования. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования, феномен туризма. Понимает сущность туристского проектирования. Туристское пространство, его типы и виды. Территориальный аспект в проектировании и уровни туристского проектирования. Пространственное освоение туристской территории. Особые экономические зоны туристского типа. Туристско-рекреационные кластеры. Знает факторы ценообразования в сфере туризма. Классификацию цен. Структуру цены и методы ценообразования. Понимает стратегию ценообразования. Понятие калькулирование. Знает методы калькулирования. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентноспособности туристского продукта. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>основе применения методики оценки конкурентноспособности туристского продукта. Дисконтная программа. Понятия канал сбыта, каналы продаж. Понятие коммерческая звенность, система дистрибьюции. Прямой и косвенный методы сбыта в туризме. Принципы построения эффективной системы сбыта в туризме. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Особенности проектирования структуры, содержания сайта туристской компании. Функции сайта туристской компании. Продуктивность и эффективность сайта как комплексный показатель. Понятие интернет-экономики и электронной коммерции. Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий в информационном пространстве. Понятие контент-анализ. Понятие туристский контент и его разновидности. Понятие туристская мотивация. Методы представления туристской информации: визуализация, пиктограммы. Понятие когнитивная карта региона. Типы электронных туристских ресурсов.</p> <p>Умения</p> <p>Применять теоретические основы проектирования и основные методы проектирования. Анализировать и различать понятия отдых, туризм, рекреация, досуг. Выявлять объект проектирования. Анализировать и различать виды проектирования. Анализировать ключевые признаки проекта. Анализировать и использовать этапы технологической цепочки проектирования. Анализировать структуру туристских систем. Составлять</p> | | <p>Дисконтная программа. Понятия канал сбыта, каналы продаж. Понятие коммерческая звенность, система дистрибьюции. Объясняет прямой и косвенный методы сбыта в туризме. Понимает принципы построения эффективной системы сбыта в туризме. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Знает особенности проектирования структуры, содержания сайта туристской компании. Функции сайта туристской компании. Продуктивность и эффективность сайта как комплексный показатель. Знает понятие интернет-экономики и электронной коммерции. Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий в информационном пространстве. Понятие контент-анализ. Понятие туристский контент и его разновидности. Понятие туристская мотивация. Знает методы представления туристской информации: визуализация, пиктограммы. Понятие когнитивная карта региона. Знает типы электронных туристских ресурсов.</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>Может уверенно и полностью самостоятельно применять теоретические основы проектирования и основные методы проектирования. Анализировать и различать понятия отдых, туризм, рекреация, досуг. Способен выявлять объект проектирования. Анализировать и различать виды проектирования. Анализировать ключевые признаки проекта. Умеет анализировать и использовать этапы технологической цепочки проектирования. Анализировать структуру туристских систем. Может составлять проекты тематических экскурсионных маршрутов. Способен обзорно и поэтапно представлять характеристики проектируемого продукта. Анализировать феномен туризма и основные подходы к его изучению. Может различать и анализировать типы туристского пространства по основным признакам. Анализировать фазы</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>проекты тематических экскурсионных маршрутов. Обзорно и поэтапно представлять характеристики проектируемого продукта. Анализировать феномен туризма и основные подходы к его изучению. Различать и анализировать типы туристского пространства по основным признакам. Анализировать фазы пространственного освоения туристской территории. Различать и анализировать уровни организации туристских систем. Показывать на карте и анализировать особые экономические зоны туристского типа. Показывать на карте и анализировать туристско-рекреационные кластеры. Анализировать факторы ценообразования. Анализировать и различать признаки классификации цен. Составлять и анализировать структуру цены. Анализировать и различать методы ценообразования. Анализировать типы стратегий ценообразования. Анализировать и различать виды калькуляции. Различать и анализировать методы калькулирования. Анализировать базисные показатели конкурентноспособности товара и услуг. Анализировать и различать основные виды скидок. Анализировать производственно-сбытовую систему туристских продуктов и услуг. Различать и анализировать внешние и внутренние каналы продаж, компоненты системы дистрибьюции. Анализировать основные схемы связей при реализации туров. Анализировать параметры турагента как партнера по сбыту турпродукта. Анализировать сайты туристских компаний как элемент продаж. Различать и анализировать типы сайтов туристских компаний. Анализировать экономическую</p> | | <p>пространственного освоения туристской территории. Различать и анализировать уровни организации туристских систем. Может показывать на карте и анализировать особые экономические зоны туристского типа. Показывать на карте и анализировать туристско-рекреационные кластеры. Способен анализировать факторы ценообразования. Анализировать и различать признаки классификации цен. Умеет составлять и анализировать структуру цены. Анализировать и различать методы ценообразования. Анализировать типы стратегий ценообразования. Может анализировать и различать виды калькуляции. Способен различать и анализировать методы калькулирования. Анализировать базисные показатели конкурентноспособности товара и услуг. Умеет анализировать и различать основные виды скидок. Анализировать производственно-сбытовую систему туристских продуктов и услуг. Способен различать и анализировать внешние и внутренние каналы продаж, компоненты системы дистрибьюции. Анализировать основные схемы связей при реализации туров. Анализировать параметры турагента как партнера по сбыту турпродукта. Умеет анализировать сайты туристских компаний как элемент продаж. Может различать и анализировать типы сайтов туристских компаний. Способен анализировать экономическую эффективность сайтов. Выявлять преимущества электронного бизнеса. Различать и анализировать основные секторы электронного бизнеса в туризме. Анализировать функции, интересы, инструменты и проблемы электронного бизнеса в туризме. Различать и анализировать направления развития электронного туристского бизнеса. Способен анализировать правила формирования туристского контента. Умеет анализировать визуальный ряд для туристского контента. Анализировать когнитивные карты регионов. Способен находить и анализировать</p> |
|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | <p>эффективность сайтов. Выявлять преимущества электронного бизнеса. Различать и анализировать основные секторы электронного бизнеса в туризме. Анализировать функции, интересы, инструменты и проблемы электронного бизнеса в туризме. Различать и анализировать направления развития электронного туристского бизнеса. Анализировать правила формирования туристского контента. Анализировать визуальный ряд для туристского контента. Анализировать когнитивные карты регионов. Находить и анализировать электронные туристские ресурсы разных типов. Анализировать технологию разработки туристского портала (сайта). Анализировать региональные туристские сайты.</p> <p>Навыки</p> <p>Владеет приемами применения теоретических основ проектирования и основными методами проектирования. Приемом анализа ключевых признаков проекта. Алгоритмом гуманитарного проектирования. Алгоритмом технологической цепочки проектирования. Приемом анализа туристских систем. Приемом выявления объекта проектирования. Приемом проектирования тематических экскурсионных маршрутов (тема - по выбору) с обзорным и поэтапным представлением характеристик проектируемого продукта. Использует прием выявления ключевых факторов создания туристско-рекреационных кластеров (на примерах). Прием определения местоположения и границ туристско-</p> | | <p>электронные туристские ресурсы разных типов. Умеет анализировать технологию разработки туристского портала (сайта). Может анализировать региональные туристские сайты. Самостоятельно владеет приемами применения теоретических основ проектирования и основными методами проектирования. Владеет приемом анализа ключевых признаков проекта. Алгоритмом гуманитарного проектирования. Алгоритмом технологической цепочки проектирования. Владеет приемом анализа туристских систем. Приемом выявления объекта проектирования. Владеет приемом проектирования тематических экскурсионных маршрутов (тема - по выбору) с обзорным и поэтапным представлением характеристик проектируемого продукта. Владеет приемом выявления ключевых факторов создания туристско-рекреационных кластеров (на примерах). Свободно владеет приемом определения местоположения и границ туристско-рекреационных кластеров на карте. Свободно использует возможности портала «Живая карта России» для определения типов туристского пространства, туристско-рекреационных возможностей территории. Владеет приемом анализа текстовой и картографической информации для выявления возможностей и проблем туристско-рекреационных кластеров. Владеет приемом определения конкурентноспособности пакетов услуг (на примерах). Приемом выявления эффективности применения методов ценообразования в туризме (на примерах). Владеет приемом конструирования производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг. Приемом конструирования логистической цепи продвижения турпродукта и услуг. Владеет навыками анализа сайтов туристских компаний, определения их типов и функционального назначения (на примерах). Владеет навыками оценки качества сайта туристской компании (на примерах). Владеет приемом опроса потребителей с целью</p> |
|--|--|--|--|---|

| | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| | | <p>рекреационных кластеров на карте. Использовать возможности портала «Живая карта России» для определения типов туристского пространства, туристско-рекреационных возможностей территории. Прием анализа текстовой и картографической информации для выявления возможностей и проблем туристско-рекреационных кластеров. Прием определения конкурентноспособности пакетов услуг (на примерах). Прием выявления эффективности применения методов ценообразования в туризме (на примерах). Прием конструирования производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг. Прием конструирования логистической цепи продвижения турпродукта и услуг. Анализа сайтов туристских компаний, определения их типов и функционального назначения (на примерах). Оценка качества сайта туристской компании (на примерах). Прием опроса потребителей с целью оценки качества сайта туристской компании. Прием создания туристского контента, используя правила. Прием создания визуального ряда для туристского контента с целью формирования туристской мотивации. Приемы работы с электронными туристскими ресурсами разных типов. Прием конструирования туристского портала (сайта). Методика оценки региональных туристских сайтов (на примерах).</p> | | | <p>оценки качества сайта туристской компании. Прием создания туристского контента, используя правила. Владеет приемом создания визуального ряда для туристского контента с целью формирования туристской мотивации. Владеет приемами работы с электронными туристскими ресурсами разных типов. Прием конструирования туристского портала (сайта). Владеет методикой оценки региональных туристских сайтов (на примерах).</p> |
|--|--|---|--|--|--|

| | | | | | |
|------|--|--|--|--|---|
| ПК-3 | <p>Готовность к реализации проектов в туристской индустрии</p> | <p>Знания</p> <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии знает понятие туристские предприятие, отрасль экономики, сектор экономики. Классификацию предприятий индустрии туризма. Структуру индустрии туризма. Субъекты туристской индустрии. Компоненты туристского предприятия. Понятие туристская фирма и ее задачи. Показатели деятельности турпредприятия. Методику изучения клиентов турпредприятия. Методику изучения конкурентов. Активные маркетинговые методы. Мониторинг Mystery Shopping. Понятие организационное проектирование. Проектирование производственных процессов. Понятие организационная структура. Типы организационной структуры предприятия туризма. Формирование хозяйственной стратегии и ее уровни. Понятие планирование, его функции, задачи и стадии. Уровни и виды планов. Понятие стратегическое планирование. Технологию разработки стратегических планов турпредприятия. Понятие бизнес-план туристской организации. Понятие точка безубыточности. Параметры, необходимые для организации турагентства.</p> <p>Умения</p> <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии умеет анализировать предприятия туристской индустрии по основным признакам. Анализировать структуру индустрии туризма по секторам и уровням управления. Различать и характеризовать субъекты туристской индустрии.</p> | <p>лекции с использованием слайд-презентаций, использование активных форм организации лабораторного занятия: работа в парах, самоопрос, взаимный опрос с выставлением оценки, самостоятельная работа с источниками информации.</p> | <p>Отчет по лабораторным работам, индивидуальное устное собеседование, контрольная работа, экзамен</p> | <p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии в достаточной степени (на уровне определения понятия и его структуры) знает понятие туристские предприятие, отрасль экономики, сектор экономики. Знает классификацию предприятий индустрии туризма. Понимает структуру индустрии туризма. Субъекты туристской индустрии. Компоненты туристского предприятия. Знает понятие туристская фирма и ее задачи. Объясняет показатели деятельности турпредприятия. Понимает методику изучения клиентов турпредприятия. Методику изучения конкурентов. Активные маркетинговые методы. Понимает мониторинг Mystery Shopping. Знает понятие организационное проектирование. Проектирование производственных процессов. Понятие организационная структура. Знает типы организационной структуры предприятия туризма. Формирование хозяйственной стратегии и ее уровни. Понятие планирование, его функции, задачи и стадии. Знает уровни и виды планов. Понятие стратегическое планирование. Знает технологию разработки стратегических планов турпредприятия. Понятие бизнес-план туристской организации. Понятие точка безубыточности. Знает параметры, необходимые для организации турагентства.</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии способен полностью самостоятельно и аргументированно анализировать предприятия туристской индустрии по основным признакам. Анализировать структуру индустрии туризма по секторам и уровням управления. Способен различать и характеризовать субъекты туристской индустрии. Анализировать виды деятельности и функции туристского предприятия. Может различать и</p> |
|------|--|--|--|--|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>Анализировать виды деятельности и функции туристского предприятия. Различать и анализировать задачи туристской фирмы. Различать и анализировать форматы туристских предприятий. Различать и характеризовать показатели деятельности турпредприятия. Различать и характеризовать основные способы изучения клиентов турпредприятия. Структурировать и характеризовать основные действия при изучении конкурентов. Анализировать активные маркетинговые методы. Объяснять сущность и возможности мониторинга Mystery Shopping. Различать и анализировать элементы и подходы к проектированию организации. Различать и анализировать группы и типы производственных процессов. Различать и характеризовать типы организационной структуры предприятия и факторы ее определяющие. Различать и характеризовать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Анализировать процессы в рамках реализации функции производства турпродукта. Анализировать систему планирования турпредприятия. Анализировать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Характеризовать структуру стратегии турфирмы. Характеризовать и анализировать цель, виды и разделы бизнес-плана турпредприятия.</p> <p>Навыки</p> <p>С целью реализации проектов в туристской индустрии использует прием анализа деятельности турпредприятия. Методика и приемами изучения клиентов турпредприятия. Методика изучения</p> | | <p>анализировать задачи туристской фирмы. Различать и анализировать форматы туристских предприятий. Различать и характеризовать показатели деятельности турпредприятия. Может различать и характеризовать основные способы изучения клиентов турпредприятия. Умеет структурировать и характеризовать основные действия при изучении конкурентов. Анализировать активные маркетинговые методы. Способен объяснять сущность и возможности мониторинга Mystery Shopping. Различать и анализировать элементы и подходы к проектированию организации. Различать и анализировать группы и типы производственных процессов. Может различать и характеризовать типы организационной структуры предприятия и факторы ее определяющие. Различать и характеризовать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Способен анализировать процессы в рамках реализации функции производства турпродукта. Анализировать систему планирования турпредприятия. Анализировать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. Умеет характеризовать структуру стратегии турфирмы. Характеризовать и анализировать цель, виды и разделы бизнес-плана турпредприятия. С целью реализации проектов в туристской индустрии самостоятельно и без ошибок владеет приемом анализа деятельности турпредприятия. Методикой и приемами изучения клиентов турпредприятия. Владеет методикой изучения конкурентов. Приемом сравнительной характеристики турпредприятия и его конкурентов по основным турпродуктам. Владеет приемом сравнительной характеристики турфирмы и ее конкурента по основным признакам. Владеет методом Mystery Shopping. Приемом анализа деятельности турпредприятия по основным технико-экономическим показателям (на примерах). Владеет приемом конструирования типов организационных структур для турпредприятий. Приемом</p> |
|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| | | <p>конкурентов. Прием сравнительной характеристики турпредприятия и его конкурентов по основным турпродуктам. Прием сравнительной характеристики турфирмы и ее конкурента по основным признакам. Прием использования метода Mystery Shopping. Прием анализа деятельности турпредприятия по основным технико-экономическим показателям (на примерах). Прием конструирования типов организационных структур для турпредприятий. Прием формирования модели предприятия туризма. Прием анализа организационной структуры турпредприятия (на примерах). Прием выявления связи цели турпредприятия и типа его оргструктуры. Прием проектирования процессов в турфирме а рамках основных функций. Прием составления плана турпредприятия. Технология разработки стратегического плана турпредприятия. Прием составления бизнес-плана турпредприятия по основным разделам.</p> | | | <p>формирования модели предприятия туризма. Владеет приемом анализа организационной структуры турпредприятия (на примерах). Приемом выявления связи цели турпредприятия и типа его оргструктуры. Владеет приемом проектирования процессов в турфирме а рамках основных функций. Приемом составления плана турпредприятия. Владеет технологией разработки стратегического плана турпредприятия. Приемом составления бизнес-плана турпредприятия по основным разделам.</p> |
|--|--|---|--|--|--|

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Вид учебной работы | | Всего часов | Семестры | |
|---|----------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| | | | № 7 | № 8 |
| | | | часов | часов |
| 1 | | 2 | 3 | 4 |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего) | | 18 | 16 | 2 |
| В том числе: | | | | |
| Лекции (Л) | | 6 | 6 | - |
| Лабораторные работы (ЛР) | | 12 | 10 | 2 |
| 2. Самостоятельная работа студента | | 117 | 92 | 25 |
| В том числе | | | | |
| <i>СРС в семестре:</i> | | | | |
| Подготовка письменного и устного отчета по практическим работам (защита лабораторных работ ЗПР) | | 56 | 48 | 8 |
| Подготовка к устному собеседованию | | 38 | 30 | 8 |
| Подготовка к контрольной работе | | 23 | 14 | 9 |
| <i>СРС в период сессии</i> | | 9 | | 9 |
| Вид промежуточной аттестации | экзамен | Экзамен | - | Экзамен |
| ИТОГО: Общая трудоемкость | часов | 144 4 з.е. | 108 3 з.е. | 36 1 з.е. |
| | зач. Ед. | | | |

В приложении к диплому итоговая оценка по учебной дисциплине, изучаемая в течение нескольких семестров, указывается:

А) средняя оценка за все семестры изучения учебной дисциплины

Б) оценка за семестр № 8

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

| № се ме ст ра | № р а з д е л а | Наименование раздела учебной дисциплины | Содержание раздела в дидактических единицах |
|---------------------------|--------------------------------------|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7-8 | 1 | Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования. | Проектирование. Проект и его ключевые признаки. Туристско-рекреационное проектирование. Гуманитарное проектирование и его этапы. Этапы технологической цепочки проектирования. Туристские системы. Объект туристского проектирования. |
| | 2 | Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. | Сущность туристского проектирования. Феномен туризма. Туристское пространство и его виды. Фазы освоения туристской территории. Уровни туристского проектирования. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа. Туристско-рекреационные кластеры. |
| | 3 | Туристские продукты и услуги: основы проектирования | Рынок туристских продуктов и услуг: основные понятия, элементы, основы анализа. Рыночная конъюнктура. Основные тренды развития российского туристского рынка. Туристский продукт. Проектирование туристских и рекреационных продуктов. Основные этапы проектирования. Турпакет. Тур. Виды туров. Подходы к проектированию турпродукта. Продуктовая стратегия. Формирование ассортимента продуктов и услуг. Проектирование жизненного цикла турпродукта. |
| | 4 | Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения. | Цена. Классификация цен. Структура цены. Методы ценообразования. Тратегия ценообразования. Калькулирование и его методы. Конкурентноспособность. Механизм определения конкурентноспособности. Система скидок как инструмент стимулирования продаж. |
| | 5 | Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг: основы проектирования | Канал сбыта. Канал продаж. Производственно-сбытовая система туристских продуктов и услуг. Коммерческая звенность. Внешние и внутренние каналы продаж. Система дистрибьюции в туризме. Основные схемы связей при реализации туров. Схема туроператор-турист. Схема туроператор-турагентство-турист. Принципы построения эффективной системы сбыта в туризме. Сайт туристской компании как элемент продаж: проектирование, структура, содержание. Типы сайтов турпредприятий. Экономическая эффективность сайтов турпредприятий. |

| | | |
|---|--|---|
| 6 | Электронный туристский бизнес. | Интернет-экономика. Электронная коммерция. Основные секторы электронного бизнеса в туризме. Направления развития электронного туристского бизнеса. Современный туристский контент. Формирование туристского контента. Методы формирования туристской мотивации. Методика и технология разработки туристского портала (сайта). Методика анализа региональных туристских сайтов. |
| 7 | Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности. | Туристское предприятие. Отрасль и сектор экономики. Особенности организации производства в туризме. Классификация предприятий индустрии туризма. Структура индустрии туризма и гостеприимства. Уровни управления в туризме. Туристская фирма. Форматы туристских предприятий. Показатели деятельности туристского предприятия. Методика и способы изучения клиентов турпредприятия. Методика изучения конкурентов турпредприятия. Активные маркетинговые методы: мониторинг Mystery Shopping. |
| 8 | Проектирование бизнес-процессов | Элементы и основные подходы к проектированию организации в туристской индустрии. Проектирование производственных процессов в туристской индустрии. Проектирование организационной структуры туристского предприятия. Типы организационной структуры турпредприятия. Формирование хозяйственной стратегии турпредприятия. |
| 9 | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | Планирование. План предприятия. Функции, стадии планирования турпредприятия. Виды планов. Стратегическое планирование турпредприятия. Структура стратегии турфирмы. Бизнес-план турпредприятия. |

2.2 Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

| № семестра | № раздела | Наименование раздела учебной дисциплины | Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах) | | | |
|------------|-----------|---|---|----|-----|-------|
| | | | Л | ЛР | СРС | всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7 | 1 | Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования. | 1 | 1 | 12 | 14 |
| | 2 | Туризм и туристская деятельность как объект | 1 | 1 | 12 | 14 |

| | | | | | |
|---|---|---|----|----|-----|
| | проектирования. | | | | |
| 3 | Туристские продукты и услуги: основы проектирования | 1 | 1 | 6 | 8 |
| 4 | Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения. | - | 1 | 12 | 13 |
| 5 | Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг: основы проектирования | 1 | 1 | 13 | 15 |
| 6 | Электронный туристский бизнес. | - | 2 | 13 | 15 |
| 7 | Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности. | 1 | 1 | 6 | 8 |
| 8 | Проектирование бизнес-процессов | - | 2 | 12 | 14 |
| 9 | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | 1 | - | 6 | 7 |
| | Разделы дисциплины № 1-9 | 6 | 10 | 92 | 108 |

| | | | | | | |
|---|---|--|---|----|-----|-----|
| | | ИТОГО за семестр | 6 | 10 | 92 | 108 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | - | 2 | 25 | 27 |
| | | Раздел дисциплины № 9 | - | 2 | 25 | 27 |
| | | Экзамен | | | | 9 |
| | | ИТОГО за семестр | 6 | 12 | 25 | 36 |
| | | ИТОГО | 6 | 12 | 117 | 144 |

2.3 Лабораторный практикум

| № семестра | № раздела | Наименование раздела учебной дисциплины | Наименование лабораторных работ | Всего часов |
|------------|-----------|---|--|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | 1. | Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования. | № 1. Туристско-рекреационное проектирование как инструмент развития | 1 |
| | 2. | Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. | № 2. Гуманитарное проектирование № 3. Туристская деятельность как объект проектирования | 1 |
| | 3. | Туристские продукты и услуги: основы проектирования | № 4. Туристско-рекреационные кластеры | 1 |
| | 4 | Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения. | № 5. Основные тренды развития туристского рынка, цена турпродукта | 1 |
| | 5 | Каналы сбыта и продвижения туристских | № 6. Логистические цепи продвижения | 1 |

| | | | |
|-------|--|--|-----------|
| | продуктов и услуг: основы проектирования | турпродукта № 7. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг | |
| 6 | Электронный туристский бизнес. | № 8. Основные секторы электронного туристского бизнеса, туристский контент № 9. Информатизация туризма на региональном уровне | 2 |
| 7 | Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности. | № 10. Характеристика туристских предприятий № 11. Мониторинг Mystery Shopping | 1 |
| 8 | Проектирование бизнес-процессов | № 12. Организационная структура туристских предприятий № 13. Хозяйственная стратегия туристских предприятий | 2 |
| 9 | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | № 14. Стратегическое планирование деятельности туристского предприятия № 15. Бизнес-планирование туристского предприятия | 2 |
| ИТОГО | | | 12 |

2.4. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены по учебному плану.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

| № семестра | № раздела | Наименование раздела учебной дисциплины (модуля) | Виды СРС | Всего часов |
|------------|-----------|---|--|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | 1. | Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования. | 1. Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 1 (6 часов) 2. Подготовка к устному | 6 |

| | | | | |
|--|----|---|--|--------|
| | | | собеседованию (6 часов) | 6 |
| | 2. | Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. | 1.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 2 (6 часов) 2.Подготовка к устному собеседованию (6 часов) | 6 6 |
| | 3. | Туристские продукты и услуги: основы проектирования | 1.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 3 (6 часов) | 6 |
| | 4 | Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения. | 1.Подготовка к устному собеседованию (6 часов) 2. Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 4 (6 часов) | 6 6 |
| | 5 | Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг: основы проектирования | 1.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 5 (6 часов) 2.Подготовка электронной презентации (7 часов) | 6 7 |
| | 6 | Электронный туристский бизнес. | 1.Подготовка электронной презентации (7 часов) 2.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 6 (6 часов) | 7 6 |
| | 7 | Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности. | 1.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 7 (6 часов) | 6 |
| | 8 | Проектирование бизнес-процессов | 1.Подготовка к устному собеседованию (6 часов) 2. Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 8 (6 часов) | 6 |

| | | | | |
|--------------------------|----|--|---|------------------|
| | | | часов) | 6 |
| | 9 | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | 1.Подготовка к устному собеседованию (6 часов) | 6 |
| ИТОГО в семестре: | | | | 92 |
| 8 | 9. | Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования | 1.Подготовка письменного и устного отчета по лабораторной работе № 9 (8 часов) 2.Подготовка к устному собеседованию (8 часов) 3.Подготовка теоретического материала к контрольной работе (8 часов) 4.Оформление контрольной работы (1 час) | 8 8 8 1 |
| ИТОГО в семестре: | | | | 25 |
| ИТОГО | | | | 117 |

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методические материалы для анализа современных тенденций в развитии туризма и рекреационной деятельности

1. Родионова О.И., Шабанов Д.И. Инновационное стимулирование туризма через банковскую сферу//Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии. – Астрахань, 2015
2. Гусаров В.И. Международный туризм: новые вызовы и новые достижения// Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии. – Астрахань, 2015
3. Магомедова Н.И. Проблемы и специфика формирования региональной модели туристских кластеров// Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии. – Астрахань, 2015
4. Современные тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства/РГУ имени С.А. Есенина. – Рязань, 2015 – 136 с.
5. Кусков А.С. Рекреационная география: УМК. – М. Флинта, 2005. – 496 с.
6. Ковалев Ю.П. Территориальные туристские кластеры и развитие туризма в России// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 88-94
7. Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии. – Астрахань, 2015. – 188 с.

8. Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – 548 с.

Учебно-методические материалы для изучения теоретических вопросов и исторических аспектов развития туризма и рекреационной деятельности

1. Алишева Р.Т. Общественное и экономическое значение рекреационного туризма//Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С.27-32
2. Деньгин Д.Д. Туризм как фактор повышения конкурентноспособности регионов// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 56-60
3. Джанджугазова Е.А. Информационные технологии и современный бизнес// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 60-66
4. Долженко Г.П. Туризмоведение как область научной деятельности по исследованию туризма и условий его функционирования// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 66-72
5. Лысенкова З.В. Подходы к изучению восприятия территории в интересах рекреационного переосвоения регионов// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 102-107
6. Мажар Л.Ю. Теоретические основы анализа условий и факторов развития туризма// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 107-116
7. Максимова Л.М. Методические подходы к использованию информационных технологий в процессе развития туризма// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 116-121
8. Михайличенко А.И. Инновационный туристический продукт в условиях устойчивого развития// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 125-133
9. Мозговая О.С. Теоретические подходы к исследованию сущности туристского спроса// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 133-139
10. Новиков В.С. Туристская деятельность: управление дестинациями// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 148-155
11. Путрик Ю.С. Эволюция концептуальных представлений о развитии туризма в СССР и России (1980-2010 гг)// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 155-170
12. Юрченко Е.Е. Системный подход в изучении туризма// Туризм и региональное развитие. – Смоленск: Универсум, 2011. – С. 189-195

Справочные (в том числе редкие научные) материалы по туризму и рекреационной деятельности

1. Проблемы территориальной организации туризма и отдыха//ИГРАН СССР. – Ставрополь, 1978
2. Рекреационные ресурсы и методы их изучения/Московский филиал РГО СССР. – Москва, 1981
3. Царфис П.Г. Рекреационная география СССР. – Москва: Мысль, 1979
4. Охрана биосферы курортных и рекреационных зон СССР/Академи наук СССР. – Москва, 1982

5. Современное состояние и пути оптимального использования курортных и рекреационных ресурсов Крыма/Академи наук СССР. – Киев, 1984
6. Рекреационные системы/Н.С. Мироненко. – М.: МГУ, 1986

Картографические учебно-методические материалы

1. Большой универсальный атлас мира. – М.: ОЛМА Медиа групп, 2012. – 224 с.
2. Обзорно-географический атлас мира. – М.: УНИИТЕХ, 2012. – 184 с.
3. Социально-экономическая география мира. Справочное пособие (карты, диаграммы, графики, таблицы)/под ред. В.Н. Холиной. - М.: Дрофа, 2007. – 72 с.
4. Атлас «Экономическая и социальная география мира. – М.: Астрель, 2014
5. Голубев А. Карты России. – СПб.: Речь, 2014. – 172 с.: илл.

Уровни освоения дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование»

При конструировании учебных задач в самостоятельной работе учитываются следующие уровни усвоения материала и учебные действия обучающихся:

Таблица 1

Соотношение уровней усвоения и учебных действий обучающихся в процессе выполнения самостоятельной работы

| Уровень усвоения | Учебные действия |
|----------------------------|---|
| Репродуктивный (Знать) | Называть, измерять, показывать, определять, наносить на карту, сообщить, рецензировать, объяснить |
| Частично-поисковый (Уметь) | Охарактеризовать, выявлять причинно-следственные связи, анализировать, моделировать, составлять диаграммы, графики, схемы, таблицы, комплексные карты, демонстрировать, применять на практике, иллюстрировать, разработать план, вычислить, привести пример, сравнить, сопоставить, критиковать, ставить вопрос, соотнести, классифицировать, систематизировать |
| Творческий (Владеть) | Прогнозировать, оценить, доказывать, проектировать, синтезировать, осуществить районирование, осуществить экспертизу, составить презентацию, применить на практике |

Важную группу занимают задания, связанные с рефлексией, направленной на осознание, осмысление значимости собственных действий. Необходимым компонентом самостоятельной работы в рассматриваемой дисциплине, также, является самооценка, включающая эмоционально-волевые и рациональные действия.

Виды и содержание самостоятельных работ в изучении дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование»

Разнообразие самостоятельных работ при изучении дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование» определяется особенностями ее содержания, используемыми источниками информации и уровнем предшествующей подготовки студентов.

Данная дисциплина играет значительную роль в формировании профессиональных компетенций, общих и специальных умений. В ходе изучения дисциплины совершенствуется система умений общих (работа с текстом) и специальных (работа с картой, экологической и экономической статистикой). Место дисциплины в структуре ОПОП позволяет планировать довольно высокий уровень самостоятельности обучающихся. С этой целью для создания оптимальных условий освоения дисциплины необходимо изучение каждой дидактической единицы начинать с выявления уровня опорных знаний и умений.

При разработке самостоятельных работ в программе дисциплины нами уделено особое внимание обеспечению тесной связи их содержания с основными вопросами курса, установлению преемственности с предшествующими дисциплинами, более полному охвату различных источников научной информации.

Методическое сопровождение самостоятельных работ по дисциплине «Туристско-рекреационное проектирование»

Формирование приемов учебной работы в организации самостоятельной работы в рассматриваемой дисциплине осуществляется с учетом содержания, методов преподавания, источников информации, целей задания, предшествующей подготовки студентов и их индивидуальных различий. Методически этапы формирования приемов учебной работы при выполнении самостоятельных заданий выглядят следующим образом: 1) введение приема (на аудиторном занятии), 2) усвоение приема (частично на аудиторном занятии, частично самостоятельно), 3) полностью самостоятельное применение приема и перенос его применения в условия новых учебных задач. На первом этапе студентам разъясняется состав приема в форме плана-инструкции и происходит его апробация в ходе выполнения аудиторного занятия – репродуктивный уровень. Более сложным вариантом данного этапа может служить подведение студентов к самостоятельному нахождению состава приема. Второй этап – усвоение приема осуществляется в ходе выполнения системы заданий как в аудитории, так и самостоятельно, с целью закрепления алгоритма действий, входящих в прием. Это задания репродуктивного и частично-поискового уровня. Самостоятельное применение

приема учебной работы в условиях новых задач является третьим этапом – частично-поисковый и творческий уровень. Обучение приемам учебной работы дает высокий уровень самостоятельности при решении учебных задач и является необходимым методическим условием успешного проведения самостоятельной работы.

В изучении рассматриваемой дисциплины самостоятельная работа носит характер практической деятельности. Таким образом, самостоятельные и лабораторные работы взаимосвязаны и составляют основу практических методов преподавания. Предлагаемая методика организации самостоятельных работ позволит студентам применять знания и опыт в новой учебной ситуации при рассмотрении эколого-экономических проблем впервые изучаемых регионов. При выполнении самостоятельных работ студенты сами смогут отбирать необходимые источники информации. Определять последовательность выполнения задания, форму обобщения и презентации своих результатов.

3.3.1. Контрольные работы

Примерная тематика контрольных работ

1. Определение понятия проект. Классификации проектов
2. Проектирование деятельности как инструмент развития
3. Технология и ключевые элементы проектирования: система, объект, процесс.
4. Развитие рекреации и туризма на управляемой, комплексной и устойчивой основе
5. Экономические выгоды развития рекреации и туризма в регионе
6. Ресурсы и уровни туристско-рекреационного проектирования
7. Формирование туристского кластера
8. Туристско-рекреационный комплекс
9. Типы проектов
10. Управление проектом
11. Подготовка исследования в туристско-рекреационном проектировании
12. Определение задач в туристско-рекреационном проектировании
13. Сбор данных в туристско-рекреационном проектировании
14. Анализ и синтез в туристско-рекреационном проектировании
15. Разработка политики и структурного плана в туристско-рекреационном проектировании
16. Подготовка плана исследования и выбор специалистов в туристско-рекреационном проектировании
17. Аналитические доклады в туристско-рекреационном проектировании

18. Расчет потребностей в средствах размещения в туристско-рекреационном проектировании
19. Определение пропускных потенциалов для региона в туристско-рекреационном проектировании
20. Определение пропускных потенциалов для турцентра в туристско-рекреационном проектировании
21. Общий базовый анализ в проекте развития туризма
22. Анализ инфраструктуры и достопримечательностей в проекте развития туризма
23. Экологические, социокультурные и институционные аспекты в проекте развития туризма
24. Типовая программа развития туризма
25. Контроль над выполнением проекта
26. Финансирование развития туризма
27. Типы и виды туристского пространства
28. Рынок туристских продуктов и услуг: основы проектирования
29. Проектирование туристских и рекреационных продуктов, туристское предложение
30. Проектирование цены на туристские продукты и услуги
31. Методика формирования дисконтных программ на туристские продукты и услуги
32. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг
33. Проектирование системы управления распределением в туризме, организация продаж

Примерные вопросы для индивидуального собеседования

1. Использование интернет-технологий в туристско-рекреационном проектировании
2. Туристское предприятие как объект проектирования
3. Методические подходы к изучению конкурентов и клиентов предприятий туризма
4. Организационное проектирование бизнес-процессов предприятий туризма
5. Проектирование организационной структуры туристского предприятия
6. Основы планирования и прогнозирования деятельности предприятия индустрии туризма
7. Стратегическое планирование деятельности предприятия
8. Инвестиционный проект по созданию туристско-рекреационного кластера «Рязанский»

9. Проектирование туристского пространства
10. Проектирование туристской деятельности на различных уровнях
11. Туристско-рекреационные кластеры на территории России (по выбору)
12. Проектирование дисконтной стратегии и политики туристских предприятий
13. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг
14. Создание производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг
15. Проектирование эффективной системы управления распределением в туризме
16. Формирование нового образа экономики на основе интернет-технологий
17. Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий
18. Туристский контент
19. Туристские порталы
20. Туристские информационные системы как новая модель туристского бизнеса
21. Анализ и оценка деятельности туристского предприятия
22. Мониторинг Mystery Shopping
23. Организационная структура туристского предприятия
24. Стратегическое планирование деятельности предприятия туризма
25. Бизнес-планирование туристской организации
26. Структурная модель проекта (выбор произвольный)

Рекомендации по подготовке и выполнению контрольных работ

Подготовка контрольной работы подразумевает ознакомление и самостоятельную проработку теоретического материала по данной теме, выбор основных положений и их анализ, высказывание собственной позиции по рассматриваемому вопросу. При этом должна сохраняться логика изложения и научная основа содержания темы. На этапе работы с рекомендованными учебно-методическими материалами (процесс подготовки к контрольной работе) выделяются основные теоретические положения рассматриваемого вопроса. Наиболее удобно при этом составлять тезисы, конспект или план ответа. В контрольной работе необходимо раскрыть суть темы, ее место и значение. Теоретические аспекты темы излагаются на основе анализа литературы, формулируется позиция и точка зрения автора. Обзор литературы должен показать, что остается невыясненным в данной области и потому нуждается в первоочередном изучении. На основе информационной базы изучается современное состояние темы. Вычленяются и анализируются факторы, определяющие специфику вопроса. Достаточно обширные данные можно графически обработать (составить схему, график, модель, граф территории). Изложение материала в письменной контрольной работе может состоять из нескольких подразделов или пунктов. Студенты отчитываются по контрольной работе, отвечая письменно и развернуто, на

вопросы варианта работы. Контрольная работа принимается к проверке при достаточном освещении вопросов и соответствии требованиям оформления (на отдельных листах). Среднее время написания контрольной работы на занятии 25-30 минут. Форма отчета по контрольной работе: выполненное непосредственно на занятии письменное контрольное задание. Оценка (балл) сообщается студенту на следующем по расписанию занятии.

Электронные презентации (по желанию и инициативе студента) – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике (из тематики индивидуального собеседования) с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. Составление электронной презентации начинается с выбора темы. Затем происходит поиск необходимой информации в рекомендованных учебно-методических материалах и электронных информационных источниках. Собранный таким образом первичный материал оформляется в виде электронной презентации с помощью программы Microsoft Power point. Выступление с электронной презентацией должно выглядеть как устное сообщение студента с иллюстративными слайдами из презентации. Недопустимо создавать презентации только с текстовой информацией на слайдах и зачитывать их. На слайдах презентации должны быть показаны всевозможное графическое и картографическое сопровождение к тезисам выступления. Средний объем презентации по выбранной теме около 10 слайдов или 7-9 минут выступления. Форма отчета по электронной презентации: выступление на занятии и обсуждение вопроса. Оценка сообщается студенту непосредственно по окончании выступления (или в конце занятия).

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ - см. Фонд оценочных средств

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

| № п/п | Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров | |
|-------|---|------------------------------------|---------|------------------------|------------|
| | | | | В библиотеке | На кафедре |
| | | | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|-----|---|-----|---|
| 1 | Васина, С.М. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий : учебно-методическое пособие / С.М. Васина ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 72 с. : табл. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-8158-1363-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439338 (26.11.2017). | 1-9 | 7 | ЭБС | 0 |

5.2. Дополнительная литература

| № п/п | Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров | |
|-------|---|------------------------------------|---------|------------------------|------------|
| | | | | В библиотеке | На кафедре |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Скобкин, Сергей Сергеевич. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Текст] : учебное пособие / С. С. Скобкин. - М. : Магистр, 2007. - 493 с. - Доп. УМО. - ISBN 978-5-9776-0018-7 : 136-00. | 1-9 | 7 | 14 | 0 |
| 2 | Веткин, Владимир Анатольевич. Технология создания турпродукта. Пакетные туры [Текст] : учебно-методическое пособие / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. - М. : Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-279-03482-6. - ISBN 978-5-16-004353-1 : 181-00. | 3-9 | 7 | 10 | 0 |
| 3 | Шеин, Ю.П. Инновационные подходы к проектированию и развитию туристско-рекреационных зон : учебное пособие / Ю.П. Шеин, Л.Д. Матвеева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимская государственная академия экономики и сервиса», Институт туризма и коммуникаций, Кафедра «Туризм и гостеприимство». - Уфа : Уфимский государственный университет | 4-9 | 7 | ЭБС | 0 |

| | | | | | |
|---|--|-----|---|-----|---|
| | экономики и сервиса, 2011. - 178 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-514-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272483 (26.11.2017). | | | | |
| 4 | Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02313-8. https://www.biblio-online.ru/viewer/89F94816-27B1-44CA-8787-31F5E2D3F346#page/1 (дата обращения 26.11.2017) | 4-9 | 7 | ЭБС | 0 |
| 5 | Джанджугазова, Елена Алексеевна. Туристско-рекреационное проектирование [Текст] : учебник / Е. А. Джанджугазова. - Москва : Академия, 2014. - 272 с. : ил. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Рек. УМО. - ISBN 978-5-4468-0316-3 : 500-00. | 1-9 | 7 | 15 | 1 |

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Мировой атлас данных. <http://knoema.ru/atlas> - Мировая и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги (дата обращения 18.11.2017)
2. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru/> - На сайте содержится официальная статистическая информация обо всех сторонах жизни общества, информационно-аналитические материалы, характеризующие различные аспекты экономики и социальной жизни страны. Здесь можно найти полные тексты ежегодника «Россия в цифрах» (архив с 2001 г.) (дата обращения 18.11.2017)
3. Статистика. справочный ресурс Госкомстата. <http://statistika.ru/> - справочный и аналитический веб-ресурс Госкомстата. Содержит большое количество информации: таблицы с данными и текстовые публикации, новости статистики по самым разным вопросам социальной, экономической жизни, экологическим проблемам, криминологии. (дата обращения 18.11.2017)
4. Мультистат. Многофункциональный статистический портал. <http://www.multistat.ru/> - Веб-ресурс Главного межрегионального центра обработки и распространения статистической информации Госкомстата. Вся информация,

- представленная на портале, имеет статус официальной. Значительное число данных доступно на бесплатной основе – см. раздел «Ресурсы» (Макроэкономика, Экономика регионов России, Россия и зарубежные страны). Доступ к официальным статистическим сборникам, электронным таблицам можно получить за плату (дата обращения 18.11.2017)
5. Прайм. Агентство экономической информации. <http://1prime.ru/> - позволяет искать данные о России, США, европейских странах. (дата обращения 18.11.2017)
 6. Экономическая экспертная группа. Аналитика и консалтинг по экономике и финансам. <http://www.eeg.ru/pages/22> - Основные текущие экономические показатели России. Обзоры данных и прогнозы на сайте Экономической экспертной группы (дата обращения 18.11.2017)
 7. База данных международной статистики и индексов. http://russiancouncil.ru/spec/stat/?active_id_10=33#top-content – Источниками представленных статистических данных выступают крупные международные организации, в числе которых ООН, МВФ, Всемирный банк, ВТО. Международные и национальные базы статистических данных охватывают практически все аспекты глобального развития (дата обращения 18.11.2017)
 8. Единая система доступа к данным ООН <http://data.un.org/> - С момента своего создания Организация Объединенных Наций занимается сбором статистической информации от государств-членов по различным темам. Undata объединила базы данных ООН и ряда международных организаций. Статистический отдел ООН создал этот интернет-проект в 2005 г. для обеспечения свободного доступа к глобальной статистике. Можно получить доступ к большому числу баз данных ООН либо путем просмотра рядов показателей, либо с помощью поиска по ключевым словам. Многочисленные базы данных, таблицы и глоссарии охватывают широкий круг тем: сельское хозяйство, образование, занятость, энергетика, окружающая среда, здравоохранение, ВИЧ/СПИД, развитие людских ресурсов, промышленности, информационных и коммуникационных технологий, национальных счетов, народонаселения, беженцы, туризм, торговля (дата обращения 18.11.2017)
 9. Межгосударственный статистический комитет СНГ. <http://www.cisstat.com/> - Сайт содержит таблицы и статьи по основным социально-экономическим показателям стран СНГ (макроэкономические и финансовые показатели, информация о населении и занятости, данные о производстве основных видов промышленной и сельскохозяйственной продукции, ценах, внутренней торговле, внешнеэкономической деятельности, курсах национальных валют, доходах и расходах населения, социальных условиях жизни населения, состоянии окружающей среды и др.). Представлены данные за различные периоды, аналитические материалы и доклады (дата обращения 18.11.2017)

10. Статистический портал ОЭСР. (англ.). <http://stats.oecd.org/index.aspx> - Статистические данные стран мира по широкому кругу показателей экономического и социального развития (дата обращения 18.11.2017)
11. Статистический отдел ООН. Департамент по экономическим и социальным вопросам. <http://mdgs.un.org/unsd/mdg/Home.aspx> - Официальный веб-сайт ООН представляет данные по более чем 60 показателям, как правило, связанным с качеством и уровнем жизни. Исследования и данные являются результатом работы Межучрежденческой группы экспертов, координируемой Статистическим отделом ООН (дата обращения 18.11.2017)
12. Программа развития ООН. Российская Федерация. <http://www.undp.ru/index.phtml?lid=2> – данные по показателям, как правило, связанным с качеством и уровнем жизни населения страны и отдельных регионов России (дата обращения 18.11.2017)
13. Статистика по общественному развитию ПРООН (англ.). <http://hdr.undp.org/en/data> - Доступ к статистическим данным из отчета о человеческом развитии (HDR) и материалы, которые помогут лучше понять эти данные. Здесь же информация об индексе развития человеческого потенциала, ссылки на другие справочные материалы, информационные ресурсы по статистике человеческого развития (дата обращения 18.11.2017)
14. Статистика Он-лайн. <http://guide.aonb.ru/stat.html> - интернет-путеводитель предлагает ссылки на сайты, которые содержат статистическую информацию о России и зарубежных странах. Он может быть полезен для поиска архивов данных, отслеживания динамики социальных и экономических изменений, сравнения показателей разных регионов страны и мира. (дата обращения 18.11.2017)
15. Федеральное агентство по туризму. <http://www.russiatourism.ru/> - туризм в России, субъекты туристической индустрии, статистика, реестр туроператоров (дата обращения 18.11.2017)
16. Национальный туристический портал. <https://russia.travel/> Виды туризма, достопримечательности, транспорт, туристские регионы России (дата обращения 18.11.2017)
17. Портал статистических данных. <http://statistika.ru/turizm/> (дата обращения 18.11.2017)
18. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
19. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <http://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

20. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2017)
21. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru> (дата обращения 18.11.2017)
22. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
23. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-овых академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
24. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения 18.11.2017)
25. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии. <http://ratanews.ru/statistics/> . RATA-news – ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии (бывшая Российская ассоциация туристических агентств, РАТА). Выходит с 7 февраля 2000 года. RATA-news – это: Самые оперативные новости туристического бизнеса: события, факты, анализ рынка, статистика, происшествия. Официальная информация федерального и региональных органов управления туризмом. Комментарии специалистов к правовым документам. Проблемы лицензирования и сертификации. Методические рекомендации по налогам и ведению бизнеса. Туризм в российских регионах. Международная информация. Статистика въезда-выезда, учет в турбизнесе, представительства зарубежных турагентств в России. (дата обращения 18.11.2017)
2. Российский туризм. http://russiantourism.ru/main/main_15143.html **Russiantourism.ru** – это портал о туризме в России и ближнем зарубежье. Как функционирует туристическая отрасль страны. Кто принимает решения в российской туристической сфере? Что помогает, а что мешает развитию туризма. Почему долететь до Сочи чаще дороже, чем до Америки? Почему трудно добраться до многих уникальных памятников архитектуры даже в европейской части России, не говоря уже о Сибири и Дальнем Востоке? Обо всех основных событиях, связанных с туризмом, можно прочитать в рубриках **События** и **Новости**. **Репортаж** – это рассказы корреспондентов и лучших блогеров о местах, которые стоит посетить. Лучшие материалы, репортажи,

расследования появляются в рубриках [Тайны России](#) и [Расследования](#). [Календарь](#) позволит сориентироваться в мире событийного туризма. (дата обращения 18.11.2017)

3. Все о туризме. Туристическая библиотека. http://tourlib.net/books_tourism/aleks21.htm. Сайт «[Все о туризме - туристическая библиотека](#)» посвящен проблемам развития туризма в мире. Сайт создан с целью накопления и обмена информацией о туризме, туристическом бизнесе, отдыхе, путешествиях и рекреации, а также обсуждения проблем туристического образования. На данном сайте предоставлена разнообразная информация для студентов, учащихся в профильных туристских учебных заведениях: [книги по туризму](#), учебники, статьи, методические материалы, законы, материалы для подготовки к семинарским и практическим занятиям, для написания рефератов, курсовых, дипломных и магистерских работ. Преподавателям дисциплин направления «Туризм» - [методические пособия](#) для организации учебного процесса, литература для подготовки курсов лекций и проведения семинарских и практических занятий. Для аспирантов - научные [статьи по туризму](#), отчеты [Всемирной туристской организации \(ВТО\)](#), а также база [авторефератов кандидатских и докторских диссертаций](#) по туризму. (дата обращения 18.11.2017)
4. Бесплатная библиотека стандартов и нормативов. <http://www.docload.ru/Basesdoc/4/4812/index.htm> ГОСТ Р 50681-94 ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (дата обращения 18.11.2017)
5. Страны мира. Краткое описание стран мира, фотоматериалы, новости, архив. Сайт создан на основе HTML и CSS технологий [Электронный ресурс], <http://www.worlds.ru/#> (дата обращения: 06.10.2017).
6. Географический справочник «О странах». [Электронный ресурс], <http://ostranah.ru/> (дата обращения: 06.10.2017).
7. Все страны мира. Основные сведения по географии, природе, истории, культуре, экономике, государственному устройству и вероисповеданию всех стран мира. [Электронный ресурс], <http://stranymira.com/> (дата обращения: 06.10.2017).
8. Сайт vseprostrany.ru – проект, где обобщены и систематизированы сведения о странах мира. В разделе «[Общее о Земле](#)» можно найти информацию о [физической карте мира](#), [географических поясах и зонах](#), изучить [политическую карту мира](#), [языковые семьи и народы мира](#), [мировые религии](#). Представлен материал о [населении мира](#), [минеральных ресурсах планеты](#), [мировом транспорте](#) и [сельском хозяйстве](#), а также можно работать с [агроклиматической картой мира](#) и [картой социально-экономического развития](#) стран мира. Раздел «[Страны мира](#)» посвящен описанию отдельных государств [Европы](#), [Азии](#), [Америки](#), [Африки](#), [Австралии](#) и [Океании](#) и их различных характеристик. Хронологические сведения об истории стран представлены в разделе «[История стран мира](#)». Раздел «[История географии](#)» содержит информацию о важнейших этапах исследования нашей планеты и великих географических открытиях. [Электронный ресурс], <http://vseprostrany.ru/> (дата обращения: 06.10.2017).

9. Портал о странах и народах мира. Ресурс позволяет выбрать интересующую страну, воспользовавшись интерактивной картой, перейдя по ссылке соответствующей части света, либо алфавитным списком стран. Новости, специальные темы, архив. [Электронный ресурс], <http://www.portalostranah.ru/> (дата обращения: 06.10.2017).
10. Страны мира. Карты, экономика, государственное устройство и политическая система, история, население, география. [Электронный ресурс], <http://ru-world.net> (дата обращения: 06.10.2017).
11. Вокруг света. Познавательный портал. Статьи, новости, фото, энциклопедия, архив журнала, экологическая карта России. [Электронный ресурс] <http://www.vokrugsveta.ru/> (дата обращения: 06.10.2017).
12. Политическая карта мира. [Электронный ресурс] <http://www.youtube.com/watch?v=JlMndcXh8zc> (дата обращения: 06.10.2017).
13. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. Источник оперативного экспертного мнения по широкому кругу вопросов социально-экономического развития страны. [Электронный ресурс], <http://ac.gov.ru> (дата обращения: 07.10.2017).
14. Мультимедийный информационный ресурс «Живая карта» <http://www.2r.ru/> . Сетевое издание по туризму, отдыху и путешествиям «ЖИВАЯ КАРТА» является информационным ресурсом, направленным на популяризацию и продвижение туризма в российских регионах и за рубежом. (дата обращения 18.11.2017)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Для проведения занятий необходимы стандартно оборудованные лекционные аудитории, в том числе, для проведения лекций с использованием мультимедийных и интерактивных технологий. Лекционные аудитории должны быть оснащены: видеопроектором, экраном, ноутбуком с необходимым программным обеспечением (MS Office 10: Word, Excel, PowerPoint), затемненными окнами, периферией к оборудованию, интерактивной доской с периферией.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

Рабочее место преподавателя и студента должно быть оснащено: стационарным компьютером или ноутбуком с периферией и необходимым программным обеспечением (MS Office 10: Word, Excel, PowerPoint).

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ для ФГОС ВПО

8.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

| Вид учебных занятий | Организация деятельности студента |
|----------------------|---|
| Лекция | <p>Работа на лекции подразумевает восприятие и понимание содержания, запоминание фактов, определений понятий, выявление причинно-следственных связей, выделение основных положений в теоретическом материале. Все эти виды мыслительной деятельности необходимо производить в быстром темпе. На лекции необходимо обращать внимание не только на текстовое содержание или устное изложение, но и на весь, предлагаемый преподавателем иллюстративный материал в электронной презентации (карты, графики, диаграммы, таблицы, фото и видеофрагменты). Важно поддерживать обратную связь с преподавателем, которая превращает работу на лекции в активную учебную деятельность. Обратная связь может выражаться в задаваемых преподавателю вопросах, участии в иницируемой преподавателем эвристической беседе, рассуждении, ответах на вопросы, комментировании фактов, приведении примеров. В процессе лекции составляется ее конспект в тетради, который в общих чертах может включать: тему, цель, план лекции, тезисы, отражающие логику изложения материала, выводы, примеры и факты, статистику. Во время лекции не принято отвлекать преподавателя репликами – все вопросы задаются в конце занятия.</p> |
| Лабораторные занятия | <p>Работа по выполнению лабораторной работы подразумевает самостоятельное закрепление знаний, полученных на лекциях, частичное изучение нового материала на основе работы с различными источниками географической информации. На лабораторной работе отрабатываются умения анализа карт туристского содержания, обработки статистической информации и составления диаграмм, графиков, моделей, схем, блок-схем с последующим анализом динамики и тенденций процессов и явлений социально-экономической географии. Формируется владение картографическим методом в процессе составления схематических карт и картограмм, а также картодиаграмм. Обучающиеся овладевают навыками моделирования и прогнозирования, работы с типовыми планами характеристик туристских объектов и территорий разного уровня. Лабораторные занятия проводятся в форме индивидуального выполнения заданий с последующей защитой всего объема работы и устным индивидуальным собеседованием по данной теме. Особенное внимание нужно обратить на оборудование рабочего места, которое подразумевает</p> |

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>наличие рекомендованных учебных и методических пособий, картографического материала, контурных карт, справочных материалов, электронных ресурсов, всех необходимых для выполнения работы канцелярских принадлежностей. В начале выполнения лабораторной работы необходимо внимательно прослушать вводное объяснение преподавателя по теме, целям и ходу выполнения работы, затем в процессе работы консультироваться с преподавателем, задавать вопросы, разъяснять непонятные моменты. Если часть заданий осталась невыполненной, то доработка осуществляется в виде самостоятельной работы с защитой на следующем занятии. К промежуточной аттестации, допускаются обучающиеся, полностью отчитавшиеся по лабораторным работам.</p> |
| <p>Контрольная работа</p> | <p>Перед тем как приступить к подготовке, необходимо ознакомиться с темами, которые будут включены в контрольную работу. Нужно изучить содержание учебника и прочитать темы раздела, которые будут проверяться на контрольной. Вместе с текстом учебного пособия нужно прочитать лекции по данной теме и повторить содержание лабораторных работ, так как часто вопросы контрольных и тестов сформулированы по лабораторным заданиям. Повторение тем следует начинать от сложных к простым. Перед контрольной необходимо научиться свободно пользоваться картой – значительный объем информации, что необходима для написания работы находится на страницах атласов и карт. Каждая страница атласа посвящена отдельной тематике. Быстрое умение находить нужную карту, по нужному вопросу позволит сэкономить время на написание самой работы. На контрольную работу отводится фиксированное время, по истечении которого работу нужно сдать на проверку. На контрольные работы с развернутым ответом отводится больше времени, чем на тесты. В среднем это время от 20 до 30 минут. Для ОЗО работу необходимо оформить согласно требованиям методических рекомендаций</p> |
| <p>Подготовка к экзамену</p> | <p>При подготовке к экзамену необходимо получить перечень экзаменационных вопросов по туристско-рекреационному проектированию и ознакомиться с ним. Затем нужно провести обработку полученных вопросов с точки зрения их содержания и источников информации по ним. Рекомендуется для каждого вопроса указать страницы в учебных пособиях, справочниках, атласах, дополнительной литературе, где содержится ответ на него, а также указать ссылки подходящих электронных ресурсов, сайтов и порталов. Аналогичную работу нужно провести и с лекциями и лабораторными работами, обозначив в них номера соответствующих экзаменационных вопросов. После того, как проведена данная подготовительная работа, можно приступать к изучению и повторению отобранного материала, равномерно распределив его по времени, отведенному на подготовку к экзамену. Важно посетить консультации перед экзаменом, также можно воспользоваться индивидуальными консультациями с преподавателем.</p> |

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Использование слайд-презентаций на всех лекционных темах дисциплины.
2. Использование интерактивной карты на лабораторных и лекционных занятиях – мультимедийный информационный ресурс <http://www.2r.ru/news/12512> .
3. Индивидуальное консультирование по выполнению НИР (подготовка и редактирование статей для конференций по инициативе студента) посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса **Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)**

| Название ПО | № лицензии |
|--|--|
| Антивирус Kaspersky Endpoint Security | договор №14/03/2018-0142от 30/03/2018г |
| Офисное приложение Libre Office | свободно распространяемое ПО |
| Архиватор 7-zip | свободно распространяемая |
| Браузер изображений Fast Stone ImageViewer | свободно распространяемая |
| PDF ридер Foxit Reader | свободно распространяемая |
| Медиа проигрыватель VLC media player | свободно распространяемая |
| Запись дисков Image Burn | свободно распространяемая |
| DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in | свободно распространяемая |

по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

| № п/п | Контролируемые разделы дисциплины | Код контролируемой компетенции) или её части) | Наименование оценочного средства |
|-------|--|---|----------------------------------|
| 1. | <u>Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования.</u> | ПК-1 | экзамен |
| 2 | <u>Туризм и туристская деятельность как объект проектирования.</u> | ПК-1 | экзамен |
| 3 | <u>Туристские продукты и услуги: основы проектирования</u> | ОПК-2 | экзамен |
| 4 | <u>Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения.</u> | ПК-1 | экзамен |
| 5 | Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг: основы проектирования | ПК-1 | экзамен |
| 6 | Электронный туристский бизнес. | ПК-1 | экзамен |
| 7 | <u>Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности.</u> | ПК-3 | экзамен |
| 8 | <u>Проектирование бизнес-процессов</u> | ПК-3 | экзамен |
| 9 | <u>Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования</u> | ПК-3 | экзамен |

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

| Индекс компетенции | Содержание компетенции | Элементы компетенции | Индекс элемента |
|--------------------|--|--|-----------------|
| ОПК-2 | Способностью к разработке туристского продукта | знать с целью разработки туристского продукта | |
| | | Понятия туристские продукты и услуги. | ОПК-2 31 |
| | | Особенности рынка туристских продуктов и услуг. | ОПК-2 32 |
| | | Понятия спрос, цена, | ОПК-2 33 |
| | | Понятие рыночная конъюнктура. | ОПК-2 34 |
| | | Емкость рынка, прием выявления доли рынка для предприятия. | ОПК-2 35 |
| | | Основные тренды в развитии российского туристского | ОПК-2 |

| | | |
|--|---|--------------|
| | рынка. | 36 |
| | Понятие туристский продукт, тур. | ОПК-2 37 |
| | Продвижение туристского продукта. | ОПК-2 38 |
| | Понятие пакет услуг. | ОПК-2 39 |
| | Виды туров. | ОПК-2 310 |
| | Подходы к разработке туристского продукта. | ОПК-2 311 |
| | Аналитические признаки проектирования туристского продукта. | ОПК-2 312 |
| | Этапы проектирования турпродукта. | ОПК-2 313 |
| | Понятие продуктовая стратегия, ассортиментная политика. | ОПК-2 314 |
| | Проектирование жизненного цикла туристского продукта. | ОПК-2 315 |
| | уметь при разработке туристского продукта | |
| | Анализировать факторы рынка туристских услуг. | ОПК-2 У1 |
| | Анализировать основные типы рынка туристских и рекреационных услуг. | ОПК-2 У2 |
| | Анализировать факторы конъюнктуры рынка туристских и рекреационных услуг. | ОПК-2 У3 |
| | Использовать алгоритм изучения конъюнктуры рынка. | ОПК-2 У4 |
| | Применять методику определения доли рынка. | ОПК-2 У5 |
| | Анализировать основные тренды развития российского туристского рынка. | ОПК-2 У6 |
| | Анализировать количественные параметры современного крупного турбизнеса. | ОПК-2 У7 |

| | | |
|--|---|--------------|
| | Определять и анализировать виды туров. | ОПК-2 У8 |
| | Анализировать потребительские свойства туристского продукта. | ОПК-2 У9 |
| | Различать и использовать подходы при разработке туристского продукта. | ОПК-2 У10 |
| | Составлять и анализировать краткое описание тура. | ОПК-2 У11 |
| | Анализировать и использовать аналитические признаки проектирования туристского продукта. | ОПК-2 У12 |
| | Использовать алгоритм (этапы) проектирования турпродукта. | ОПК-2 У13 |
| | Анализировать и использовать этапы формирования продуктовой стратегии. | ОПК-2 У14 |
| | Анализировать ассортимент и разнообразие продуктов и услуг. | ОПК-2 У15 |
| | Анализировать жизненный цикл туристских продуктов. | ОПК-2 У16 |
| | владеть при разработке туристского продукта | |
| | Приемом анализа основных тенденций (трендов) формирования и развития туристского рынка (различного уровня). | ОПК-2 В1 |
| | Приемом оценки современной конъюнктуры туристского рынка различного уровня. | ОПК-2 В2 |
| | Приемом применения основных подходов при разработке туристского продукта. | ОПК-2 В3 |
| | Приемом составления краткого описания тура. | ОПК-2 В4 |
| | Приемом использования аналитических признаков при проектировании туристского продукта. | ОПК-2 В5 |
| | Приемом поэтапной разработки турпродукта. | ОПК-2 В6 |
| | Приемом оценки перспектив жизненного цикла туристского продукта. | ОПК-2 В7 |
| | Приемом подборки и обоснования туристского продукта для конкретного потребителя на основе анализа туристского | ОПК-2 |

| | | | |
|-------------------------------------|---|--|--------------|
| | | предложения (в регионе, стране). | В8 |
| | | Приемом составления технологической карты туристского путешествия. | ОПК-2 В9 |
| | | Приемом составления технологической карты экскурсии. | ОПК-2 В10 |
| ПК-1 | Владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме | знать | |
| | | Теоретические основы проектирования и способы применения основных методов проектирования. Понятия проектирование, проект. Ключевые признаки проекта. | ПК-1 31 |
| | | Туристско-рекреационное проектирование. | ПК-132 |
| | | Виды проектирования. | ПК-133 |
| | | Технологическую цепочку проектирования. | ПК-134 |
| | | Понятие туристские системы. | ПК-135 |
| | | Объект туристского проектирования. | ПК-136 |
| | | Туризм и туристская деятельность как объект проектирования, феномен туризма. | ПК-137 |
| | | Сущность туристского проектирования. | ПК-1 38 |
| | | Туристское пространство, его типы и виды. | ПК-1 39 |
| | | Территориальный аспект в проектировании и уровни туристского проектирования. | ПК-1 310 |
| | | Пространственное освоение туристской территории. | ПК-1 311 |
| | | Особые экономические зоны туристского типа. | ПК-1 312 |
| | | Туристско-рекреационные кластеры. | ПК-1 313 |
| | | Факторы ценообразования в сфере туризма. | ПК-1 314 |
| | | Классификацию цен. | ПК-1 315 |
| | | Структуру цены и методы ценообразования | ПК-1 316 |
| | | Стратегию ценообразования. | ПК-1 317 |
| | | Понятие калькулирование. Методы калькулирования. | ПК-1 318 |
| | | Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентноспособности туристского продукта. | ПК-1 319 |
| Дисконтная программа. | ПК-1 320 | | |
| Понятия канал сбыта, каналы продаж. | ПК-1 321 | | |

| | | |
|--|--|----------|
| | Понятие коммерческая звенность, система дистрибьюции. | ПК-1 322 |
| | Прямой и косвенный методы сбыта в туризме. | ПК-1 323 |
| | Принципы построения эффективной системы сбыта в туризме. | ПК-1 324 |
| | Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. | ПК-1 325 |
| | Особенности проектирования структуры, содержания сайта туристской компании. | ПК-1 326 |
| | Функции сайта туристской компании. | ПК-1 327 |
| | Продуктивность и эффективность сайта как комплексный показатель. | ПК-1 328 |
| | Понятие интернет-экономики и электронной коммерции. | ПК-1 329 |
| | Инновационные подходы к продвижению туристских продуктов и территорий в информационном пространстве. | ПК-1 330 |
| | Понятие туристский контент и его разновидности. | ПК-1 331 |
| | Методы представления туристской информации: визуализация, пиктограммы. | ПК-1 332 |
| | Типы электронных туристских ресурсов. | ПК-1 333 |
| | уметь | |
| | Применять теоретические основы проектирования и основные методы проектирования. Анализировать и различать понятия отдых, туризм, рекреация, досуг. | ПК-1 У1 |
| | Выявлять объект проектирования. | ПК-1 У2 |
| | Анализировать и различать виды проектирования. | ПК-1 У3 |
| | Анализировать ключевые признаки проекта. | ПК-1 У4 |
| | Анализировать и использовать этапы технологической цепочки проектирования. | ПК-1 У5 |
| | Анализировать структуру туристских систем. | ПК-1 У6 |
| | Составлять проекты тематических экскурсионных маршрутов. | ПК-1 У7 |
| | Обзорно и поэтапно представлять характеристики проектируемого продукта. | ПК-1 У8 |
| | Анализировать феномен туризма и основные подходы к его изучению | ПК-1 У9 |
| | Различать и анализировать типы туристского пространства по основным признакам. | ПК-1 У10 |
| | Анализировать фазы пространственного освоения туристской | ПК-1 У11 |

| | | |
|--|---|----------|
| | территории. | |
| | Различать и анализировать уровни организации туристских систем. | ПК-1 У12 |
| | Показывать на карте и анализировать особые экономические зоны туристского типа. | ПК-1 У13 |
| | Показывать на карте и анализировать туристско-рекреационные кластеры. | ПК-1 У14 |
| | Анализировать факторы ценообразования. | ПК-1 У15 |
| | Анализировать и различать признаки классификации цен. | ПК-1 У16 |
| | Составлять и анализировать структуру цены. | ПК-1 У17 |
| | Анализировать и различать методы ценообразования. | ПК-1 У18 |
| | Анализировать типы стратегий ценообразования. | ПК-1 У19 |
| | Анализировать и различать виды и методы калькуляции. | ПК-1 У20 |
| | Анализировать базисные показатели конкурентноспособности товара и услуг. | ПК-1 У21 |
| | Анализировать и различать основные виды скидок. | ПК-1 У22 |
| | Анализировать производственно-сбытовую систему туристских продуктов и услуг. | ПК-1 У23 |
| | Различать и анализировать внешние и внутренние каналы продаж, компоненты системы дистрибуции. | ПК-1 У24 |
| | Анализировать основные схемы связей при реализации туров. | ПК-1 У25 |
| | Анализировать параметры турагента как партнера по сбыту турпродукта. | ПК-1 У26 |
| | Анализировать сайты туристских компаний как элемент продаж. | ПК-1 У27 |
| | Различать и анализировать типы сайтов туристских компаний. | ПК-1 У28 |
| | Анализировать экономическую эффективность сайтов. | ПК-1 У29 |
| | Различать и анализировать основные секторы электронного бизнеса в туризме. | ПК-1 У30 |
| | Анализировать функции, интересы, инструменты и проблемы электронного бизнеса в туризме. | ПК-1 У31 |
| | Различать и анализировать направления развития электронного туристского бизнеса. | ПК-1 У32 |
| | Анализировать правила формирования туристского контента. | ПК-1 У33 |

| | | |
|--|---|----------|
| | Анализировать визуальный ряд для туристского контента. | ПК-1 У34 |
| | Находить и анализировать электронные туристские ресурсы разных типов. | ПК-1 У35 |
| | Анализировать технологию разработки туристского портала (сайта). | ПК-1 У36 |
| | Анализировать региональные туристские сайты. | ПК-1 У37 |
| | владеть | |
| | Приемами применения теоретических основ проектирования и основными методами проектирования. Приемом анализа ключевых признаков проекта. | ПК-1 В1 |
| | Алгоритмом гуманитарного проектирования. | ПК-1 В2 |
| | Алгоритмом технологической цепочки проектирования. | ПК-1 В3 |
| | Приемом анализа туристских систем. | ПК-1 В4 |
| | Приемом выявления объекта проектирования. | ПК-1 В5 |
| | Приемом проектирования тематических экскурсионных маршрутов (тема - по выбору) с обзорным и поэтапным представлением характеристик проектируемого продукта. | ПК-1 В6 |
| | Приемом выявления ключевых факторов создания туристско-рекреационных кластеров (на примерах). | ПК-1 В7 |
| | Свободно владеть приемом определения местоположения и границ туристско-рекреационных кластеров на карте. | ПК-1 В8 |
| | Свободно использовать возможности портала «Живая карта России» для определения типов туристского пространства, туристско-рекреационных возможностей территории. | ПК-1 В9 |
| | Приемом анализа текстовой и картографической информации для выявления возможностей и проблем туристско-рекреационных кластеров. | ПК-1 В10 |
| | Приемом определения конкурентноспособности пакетов услуг (на примерах). | ПК-1 В11 |
| | Приемом выявления эффективности применения методов ценообразования в туризме (на примерах). | ПК-1 В12 |
| | Приемом конструирования производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг. | ПК-1 В13 |
| | Приемом конструирования логистической цепи продвижения турпродукта и услуг. | ПК-1 В14 |
| | Навыками анализа сайтов туристских компаний, определения их типов и функционального назначения (на примерах). | ПК-1 В15 |
| | Навыками оценки качества сайта туристской компании (на | ПК-1 В16 |

| | | | |
|------|--|---|----------|
| | | примерах). | |
| | | Приемом опроса потребителей с целью оценки качества сайта туристской компании. | ПК-1 В17 |
| | | Приемом создания туристского контента, используя правила. | ПК-1 В18 |
| | | Приемом создания визуального ряда для туристского контента с целью формирования туристской мотивации. | ПК-1 В19 |
| | | Приемами работы с электронными туристскими ресурсами разных типов. | ПК-1 В20 |
| | | Приемом конструирования туристского портала (сайта). | ПК-1 В21 |
| | | Методикой оценки региональных туристских сайтов (на примерах). | ПК-1 В22 |
| ПК-3 | Готовностью к реализации проектов в туристской индустрии | знать с целью реализации проектов в туристской индустрии | |
| | | Понятие туристские предприятие, отрасль экономики, сектор экономики. | ПК-331 |
| | | Классификацию предприятий индустрии туризма. | ПК-332 |
| | | Структуру индустрии туризма. | ПК-333 |
| | | Субъекты туристской индустрии. | ПК-334 |
| | | Компоненты туристского предприятия. | ПК-335 |
| | | Понятие туристская фирма и ее задачи. | ПК-336 |
| | | Показатели деятельности турпредприятия. | ПК-337 |
| | | Методику изучения клиентов турпредприятия. | ПК-338 |
| | | Методику изучения конкурентов. | ПК-339 |
| | | Активные маркетинговые методы. | ПК-3310 |
| | | Мониторинг Mystery Shopping. | ПК-3311 |
| | | Понятие организационное проектирование. | ПК-3312 |
| | | Проектирование производственных процессов. | ПК-3313 |
| | | Понятие организационная структура. | ПК-3314 |
| | | Типы организационной структуры предприятия туризма. | ПК-3315 |
| | | Формирование хозяйственной стратегии и ее уровни. | ПК-3316 |
| | | Понятие планирование, его функции, задачи и стадии. | ПК-3317 |

| | | |
|--|---|---------|
| | Уровни и виды планов. | ПК-3318 |
| | Понятие стратегическое планирование. | ПК-3319 |
| | Технологию разработки стратегических планов турпредприятия. | ПК-3320 |
| | Понятие бизнес-план туристской организации. | ПК-3321 |
| | Понятие точка безубыточности. | ПК-3322 |
| | Параметры, необходимые для организации турагентства. | ПК-3323 |
| | уметь с целью реализации проектов в туристской индустрии | |
| | Анализировать предприятия туристской индустрии по основным признакам. | ПК-3У1 |
| | Анализировать структуру индустрии туризма по секторам и уровням управления. | ПК-3У2 |
| | Различать и характеризовать субъекты туристской индустрии. | ПК-3У3 |
| | Анализировать виды деятельности и функции туристского предприятия. | ПК-3У4 |
| | Формулировать задачи туристской фирмы. | ПК-3У5 |
| | Различать и анализировать форматы туристских предприятий. | ПК-3У6 |
| | Различать и характеризовать показатели деятельности турпредприятия. | ПК-3У7 |
| | Различать и характеризовать основные способы изучения клиентов турпредприятия. | ПК-3У8 |
| | Структурировать и характеризовать основные действия при изучении конкурентов. | ПК-3У9 |
| | Объяснять сущность и возможности мониторинга Mystery Shopping. | ПК-3У10 |
| | Различать и анализировать элементы и подходы к проектированию организации. | ПК-3У11 |
| | Различать и анализировать группы и типы производственных процессов. | ПК-3У12 |
| | Различать и характеризовать типы организационной структуры предприятия и факторы ее определяющие. | ПК-3У13 |
| | Различать и характеризовать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. | ПК-3У14 |
| | Анализировать процессы в рамках реализации функции производства турпродукта. | ПК-3У15 |

| | | |
|--|---|---------|
| | Анализировать систему планирования турпредприятия. | ПК-3У16 |
| | Анализировать уровни хозяйственной стратегии турпредприятия. | ПК-3У17 |
| | Характеризовать структуру стратегии турфирмы. | ПК-3У18 |
| | Характеризовать и анализировать цель, виды и разделы бизнес-плана турпредприятия. | ПК-3У19 |
| | владеть с целью реализации проектов в туристской индустрии | |
| | Приемом анализа деятельности турпредприятия. | ПК-3В1 |
| | Методикой и приемами изучения клиентов турпредприятия. | ПК-3В2 |
| | Методикой изучения конкурентов. | ПК-3В3 |
| | Приемом сравнительной характеристики турпредприятия и его конкурентов по основным турпродуктам. | ПК-3В4 |
| | Приемом сравнительной характеристики турфирмы и ее конкурента по основным признакам. | ПК-3В5 |
| | Методом Mystery Shopping. | ПК-3В6 |
| | Приемом анализа деятельности турпредприятия по основным технико-экономическим показателям (на примерах). | ПК-3В7 |
| | Приемом конструирования типов организационных структур для турпредприятий. | ПК-3В8 |
| | Приемом формирования модели предприятия туризма. | ПК-3В9 |
| | Приемом анализа организационной структуры турпредприятия (на примерах). | ПК-3В10 |
| | Приемом выявления связи цели турпредприятия и типа его оргструктуры. | ПК-3В11 |
| | Приемом проектирования процессов в турфирме а рамках основных функций. | ПК-3В12 |
| | Приемом составления плана турпредприятия. | ПК-3В13 |
| | Технологией разработки стратегического плана турпредприятия. | ПК-3В14 |
| | Приемом составления бизнес-плана турпредприятия по основным разделам. | ПК-3В15 |

| № | Содержание оценочного средства | Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов |
|--|--|--|
| Раздел 1 Теоретические основы туристско-рекреационного проектирования. ПК-1 | | |
| 1 | Охарактеризуйте понятие проект и проанализируйте его ключевые признаки. | ПК-1 З1; ПК-1 У1; ПК-1 У4; ПК-1 В1 |
| 2 | Раскройте сущность туристско-рекреационного проектирования и гуманитарного проектирования и проанализируйте его этапы, показав их в виде схемы (алгоритма), приведите пример гуманитарного проектирования экскурсионного маршрута. | ПК-132; ПК-133; ПК-1 З8; ПК-1 У3; ПК-1 В2; ПК-1 В6 |
| 3 | Проанализируйте этапы и составьте схему (алгоритм) технологической цепочки проектирования, приведите примеры проектной деятельности на каждом этапе. | ПК-134; ПК-1 У5; ПК-1 У7; ПК-1 У8; ПК-1 В3 |
| 4 | Охарактеризуйте понятие туристские системы и объект туристского проектирования, проанализируйте структуру туристских систем и приведите примеры объектов проектирования. | ПК-135; ПК-136; ПК-1 У2; ПК-1 У6; ПК-1 В4; ПК-1 В5 |
| Раздел 2 Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. ПК-1 | | |
| 5 | Охарактеризуйте и проанализируйте феномен туризма. | ПК-137; ПК-1 У9; ПК-1 В4; |
| 6 | Охарактеризуйте туристское пространство и проанализируйте его типы. | ПК-1 З9; ПК-1 У10; ПК-1 В4; |
| 7 | Проанализируйте фазы пространственного освоения туристской территории. | ПК-1 З10; ПК-1 З11; ПК-1 У11; ПК-1 В4; |
| 8 | Охарактеризуйте уровни туристского проектирования и организации туристских систем. | ПК-1 З10; ПК-1 У12; ПК-1 В4; |
| 9 | Проанализируйте особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, используйте карту. | ПК-1 З12; ПК-1 У13; ПК-1 В4; |
| 10 | Проанализируйте туристско-рекреационные кластеры на территории РФ, выявите факторы их формирования, типы туристского пространства и проблемы развития, используйте карту и портал Живая карта. | ПК-1 З13; ПК-1 У14; ПК-1 В7; ПК-1 В8; ПК-1 В9; ПК-1 В10 |
| Раздел 3 Туристские продукты и услуги: основы проектирования ОПК-2 | | |
| 11 | Охарактеризовать и проанализировать рынок туристских продуктов и услуг: основные понятия, типы, факторы, элементы, основы анализа. | ОПК-2 З1; ОПК-2 З2; ОПК-2 З3; ОПК-2 У1; ОПК-2 У2; ОПК-2 В1 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | Раскрыть сущность понятия рыночная конъюнктура, проанализировать ее факторы, показать алгоритм изучения конъюнктуры рынка, методику определения доли рынка. | ОПК-2 34; ОПК-2 35; ОПК-2 У3; ОПК-2 У4; ОПК-2 У5; ОПК-2 В2 |
| 13 | Проанализировать основные тренды развития российского туристского рынка, количественные параметры современного крупного бизнеса. | ОПК-2 36; ОПК-2 У6; ОПК-2 У7; ОПК-2 В1 |
| 14 | Раскрыть сущность понятий туристский продукт, проектирование туристских и рекреационных продуктов, проанализировать потребительские свойства и аналитические признаки турпродуктов на конкретном примере, подобрать тур для конкретного потребителя (на примере). | ОПК-2 37; ОПК-2 38; ОПК-2 У9; ОПК-2 У12; ОПК-2 В5; ОПК-2 В8 |
| 15 | Проанализировать основные этапы проектирования, используя алгоритм проектирования разработать модель турпродукта (экскурсии), составить технологическую карту экскурсии. | ОПК-2 38; ОПК-2 311; ОПК-2 У13; ОПК-2 В6; ОПК-2 В10 |
| 16 | Охарактеризовать понятия турпакет, тур, определить и проанализировать виды туров, составить краткое описание тура по плану (произвольно). | ОПК-2 37; ОПК-2 39; ОПК-2 310; ОПК-2 У8; ОПК-2 У11; ОПК-2 В4 |
| 17 | Проанализировать подходы к проектированию турпродукта, разработайте модель турпродукта, применяя данные подходы, составить технологическую карту путешествия. | ОПК-2 311; ОПК-2 312; ОПК-2 313; ОПК-2 У10; ОПК-2 В3; ОПК-2 В9 |
| 18 | Раскрыть сущность понятия продуктовая стратегия, проанализировать подходы к формированию ассортимента продуктов и услуг, используя алгоритм, разработайте модель продуктовой стратегии предприятия, проанализируйте разнообразие турпродуктов турфирмы (по выбору). | ОПК-2 314; ОПК-2 У14; ОПК-2 У15; ОПК-2 В1 |
| 19 | Раскрыть сущность проектирования жизненного цикла турпродукта, проанализировать жизненный цикл турпродукта, оценить перспективы. | ОПК-2 315; ОПК-2 У16; ОПК-2 В7 |
| Раздел 4 | | |
| Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения. ПК-1 | | |
| 20 | Раскрыть сущность понятия цена, охарактеризовать и проанализировать классификацию цен, факторы ценообразования, составить и проанализировать структуру цены (на примере). | ПК-1 314; ПК-1 315; ПК-1 316; ПК-1 У15; ПК-1 У16; ПК-1 У17; ПК-1 В1 |
| 21 | Охарактеризовать и проанализировать методы ценообразования, проанализировать стратегии ценообразования, выявить эффективность применения методов ценообразования (на примере). | ПК-1 316; ПК-1 317; ПК-1 У18; ПК-1 У19; ПК-1 В12 |
| 22 | Охарактеризовать и проанализировать калькулирование и его методы. | ПК-1 318; ПК-1 У20; ПК-1 В1 |
| 23 | Раскрыть сущность понятия конкурентноспособность, проанализировать механизм определения конкурентноспособности, проанализировать базисные | ПК-1 319; ПК-1 У21; ПК-1 В11 |

| | | |
|--|---|--|
| | показатели конкурентноспособности, определить конкурентноспособность пакета услуг (на примере). | |
| 24 | Проанализировать систему скидок как инструмент стимулирования продаж. | ПК-1 320; ПК-1 У22; ПК-1 В1 |
| Раздел 5 | | |
| Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг: основы проектирования ПК-1 | | |
| 25 | Раскрыть сущность понятий канал сбыта, канал продаж, проанализировать их значение в проектировании турпродукта, построить схему каналов сбыта и продаж. | ПК-1 321; ПК-1 У23; ПК-1 В13 |
| 26 | Охарактеризовать и проанализировать производственно-сбытовую систему туристских продуктов и услуг, коммерческую звенность, сконструировать производственно-сбытовую систему (модель). | ПК-1 322; ПК-1 У23; ПК-1 В13 |
| 27 | Проанализировать внешние и внутренние каналы продаж, сконструировать логистическую цепь продвижения турпродукта. | ПК-1 322; ПК-1 У24; ПК-1 В14 |
| 28 | Охарактеризовать систему дистрибьюции в туризме, проанализировать основные схемы связей при реализации туров, показать в виде логистической цепи. | ПК-1 322; ПК-1 323; ПК-1 У25; ПК-1 В14 |
| 29 | Проанализировать схему туроператор-турист, использовать анализ сайтов туроператоров. | ПК-1 323; ПК-1 У25; ПК-1 В16 |
| 30 | Проанализировать схему туроператор-турагентство-турист, параметры турагента, как партнера по сбыту, использовать анализ сайтов туроператоров и турагентов. | ПК-1 323; ПК-1 У26; ПК-1 В16 |
| 31 | Раскрыть и проанализировать принципы построения эффективной системы сбыта в туризме, использовать анализ сайтов турпредприятий. | ПК-1 324; ПК-1 У25; ПК-1 В16 |
| 32 | Охарактеризовать и проанализировать сайт туристской компании как элемента продаж: проектирование, структура, содержание, функции (на примере). | ПК-1 325; ПК-1 326; ПК-1 327; ПК-1 У27; ПК-1 В15; ПК-1 В16; ПК-1 В17 |
| 33 | Проанализировать типы сайтов турпредприятий, покажите возможности применения метода опроса потребителей с целью анализа качества сайта (на примерах). | ПК-1 326; ПК-1 327; ПК-1 У27; ПК-1 У28; ПК-1 В15; ПК-1 В16; ПК-1 В17 |
| 34 | Раскрыть принципы анализа экономической эффективности сайтов турпредприятий (на примерах анализа сайтов турпредприятий). | ПК-1 327; ПК-1 328; ПК-1 У29; ПК-1 В15; ПК-1 В16; |
| Раздел 6 | | |
| Электронный туристский бизнес. ПК-1 | | |
| 35 | Раскрыть сущность понятия интернет-экономика и электронная коммерция, проанализировать их возможности (на примере). | ПК-1 329; ПК-1 333; ПК-1 У30; ПК-1 У31; ПК-1 В20; |

| | | |
|----|--|--|
| 36 | Охарактеризовать и проанализировать основные направления и секторы электронного бизнеса в туризме (привести конкретные примеры). | ПК-1 329; ПК-1 333; ПК-1 У30; ПК-1 У32; ПК-1 В20; |
| 37 | Охарактеризовать и проанализировать современный туристский контент, показать и проанализировать правила и подходы к разработке и формированию туристского контента, разработать модель туристского контента. | ПК-1 330; ПК-1 331; ПК-1 332; ПК-1 У31; ПК-1 У33; ПК-1 В18; |
| 38 | Охарактеризовать и показать алгоритм применения методов формирования туристской мотивации, проанализировать визуальный ряд туристского контента (на примере), предложить свой вариант визуального ряда. | ПК-1 330; ПК-1 331; ПК-1 332; ПК-1 У34; ПК-1 В19; |
| 39 | Охарактеризовать и показать алгоритм методики и технологии разработки и конструирования туристского портала (сайта) (модель), проанализировать туристский информационный ресурс (по выбору). | ПК-1 331; ПК-1 332; ПК-1 333; ПК-1 У35; ПК-1 У36; ПК-1 В20; ПК-1 В21 |
| 40 | Охарактеризовать и показать алгоритм методики анализа региональных туристских сайтов (на примерах). | ПК-1 331; ПК-1 У35; ПК-1 У37; ПК-1 В20; ПК-1 В22 |

Раздел 7

Туристское предприятие: анализ и проектирование деятельности. ПК-3

| | | |
|----|--|--|
| 41 | Охарактеризовать и проанализировать туристское предприятие, понятие отрасли и сектор экономики. | ПК-331; ПК-3У1; ПК-3В1 |
| 42 | Проанализировать особенности организации производства в туризме. | ПК-331; ПК-3У1; ПК-3В1 |
| 43 | Охарактеризовать и проанализировать классификацию предприятий индустрии туризма, проанализировать структуру индустрии туризма и гостеприимства. | ПК-332; ПК-333; ПК-3У2; ПК-3В1 |
| 44 | Проанализировать уровни управления в туризме, охарактеризовать понятие туристская фирма, проанализировать форматы туристских предприятий и показатели деятельности туристского предприятия, сформулировать задачи турфирмы. | ПК-334; ПК-335; ПК-336; ПК-337; ПК-3У2; ПК-3У3; ПК-3У4; ПК-3У5; ПК-3У6; ПК-3У7; ПК-3В1 |
| 45 | Охарактеризовать и показать алгоритм применения методики и способов изучения клиентов турпредприятия. | ПК-338; ПК-3У8; ПК-3В2 |
| 46 | Охарактеризовать и показать алгоритм применения методики изучения конкурентов турпредприятия, составить сравнительную характеристику предприятия и его конкурентов по основным признакам и турпродуктам, проанализировать технико-экономические показатели (на примере). | ПК-339; ПК-3У9; ПК-3В3; ПК-3В4; ПК-3В5; ПК-3В7 |
| 47 | Проанализировать и показать алгоритм применения активных маркетинговых методов: мониторинг Mystery Shopping. | ПК-3310; ПК-3311; ПК-3У10; ПК-3В6 |

Раздел 8

Проектирование бизнес-процессов. ПК-3

| | | |
|--|--|---|
| 48 | Проанализировать элементы и основные подходы к проектированию организации в туристской индустрии, проанализировать организационную структуру турпредприятия (на примере). | ПК-3312; ПК-3У11; ПК-3В10 |
| 49 | Охарактеризовать и проанализировать проектирование производственных процессов в туристской индустрии, проанализировать на конкретном примере. | ПК-3313; ПК-3У12; ПК-3В10 |
| 50 | Раскрыть сущность и показать применение алгоритма проектирования организационной структуры туристского предприятия, создать модель организационной структуры турпредприятия. | ПК-3314; ПК-3У13; ПК-3В8; ПК-3В11 |
| 51 | Охарактеризовать и проанализировать типы организационной структуры турпредприятия, создать модель турпредприятия. | ПК-3314; ПК-3315; ПК-3У13; ПК-3В9; |
| 52 | Раскрыть сущность и показать алгоритм формирования хозяйственной стратегии турпредприятия. | ПК-3316; ПК-3У14; ПК-3У15; ПК-3В12 |
| Раздел 9 | | |
| Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования ПК-3 | | |
| 53 | Раскрыть содержание понятий планирование, план предприятия, охарактеризовать и проанализировать функции, стадии планирования турпредприятия, виды планов, составить план турпредприятия (произвольно). | ПК-3317; ПК-3318; ПК-3У16; ПК-3В13 |
| 54 | Охарактеризовать, проанализировать и показать алгоритм составления стратегического планирования турпредприятия, уровни хозяйственной стратегии. | ПК-3319; ПК-3320; ПК-3У17; ПК-3В14 |
| 55 | Проанализировать и показать алгоритм составления структуры стратегии турфирмы. | ПК-3320; ПК-3322; ПК-3У18; ПК-3В14 |
| 56 | Охарактеризовать, проанализировать и показать алгоритм составления бизнес-плана турпредприятия. | ПК-3321; ПК-3322; ПК-3323; ПК-3У19; ПК-3В15 |

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкала оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на экзамене оцениваются по пятибалльной шкале.

«Отлично» (5) – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы,

правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4) - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.