

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 29.06.2026 12:34:07

Уникальный программный ключ:

f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b7b18c8792fed4

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет гуманитарного образования
Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой истории,

культурологии и музееведения

 А.В. Кудинова

Пр. № 9, 25.02.2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.07.02 ПРОЕКТИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И
КУЛЬТУРНОМ ТУРИЗМЕ**

Направление подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Профиль направления Проектирование и реклама в музейных индустриях и культурном туризме

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2026**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия (№ 1180 от 06.12.2017).

Рецензенты:

Зав. кафедрой истории, культурологии
и музееведения, к.и.н., доцент КГИК

А.В. Кудинова

Кандидат экономических наук, доцент, доцент
кафедры финансов ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный аграрный университет имени
И. Т. Трубилина»

Ю.Е. Стукова

Составитель: Белицкая О.В., канд. экон. наук, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 25.02.2026 г., протокол № 9.

Рабочая программа учебной дисциплины «Проектирование в рекламе и культурном туризме» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 29.05.2026 г., протокол № 10.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
4. Структура и содержание дисциплины.....	5
4.1. Структура дисциплины.....	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6
5. Образовательные технологии.....	19
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	20
6.1. Контроль освоения дисциплины.....	20
6.2. Фонд оценочных средств.....	21
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля).....	27
7.1. Основная литература.....	27
7.2. Дополнительная литература.....	28
7.3. Периодические издания.....	28
7.4. Интернет-ресурсы.....	28
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий.....	28
7.6. Программное обеспечение.....	29
7.7. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	29
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	30
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)....	31

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины (модуля) – формирование системных знаний в области проектирования туристской деятельности и туристского продукта в сфере культурного туризма.

Задачи:

- изучение теоретико-методических основ проектирования, оценки и продвижения туристского продукта;
- понимание принципов пространственного развития туристских территорий;
- формирование умений анализировать состояние рынка туристских услуг с целью проектирования турпродукта, составления программ туристского обслуживания и работы с туристской документацией;
- понимать специфику разработки инновационных турпродуктов и услуг, проводить критический анализ их коммерческой реализуемости и эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов природного и культурного наследия, дисциплина «Проектирование в рекламе и культурном туризме» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули).

Изучению дисциплины «Проектирование в рекламе и культурном туризме» должно предшествовать ознакомление студентов с такими дисциплинами учебного плана, как «Основы культурного туризма», «Экономика организаций в музейных индустриях и культурном туризме», «Менеджмент и маркетинг в музейных индустриях и культурном туризме», «Технологии продвижения в музейных индустриях и культурном туризме», «Брендинг и позиционирование в музейных индустриях и культурном туризме».

Приобретенные в ходе изучения данной дисциплины компетенции необходимы для последующего изучения таких дисциплин как «Технологии создания турпродукта в культурных индустриях», «Инклюзивные технологии в культурных индустриях», а также прохождения студентом производственных практик и написания выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
способен к проектированию, организационному обеспечению и реализации экскурсионных и туристских услуг (ПК-5)	современные технологии проектирования, организационного обеспечения и реализации туристских услуг	теорией и практикой использования современных технологий разработки турпродуктов в культурном туризме	навыками использования современных технологий разработки турпродуктов в культурном

			туризме
способен к проектированию, разработке, производству и реализации рекламных продуктов в сфере музейных индустрий, арт-бизнеса и культурного туризма (ПК-8)	теоретические основы проектной и маркетинговой деятельности в сфере туристского проектирования	оценивать коммерческий потенциал проектов в сфере культурного туризма, разрабатывать предложения по их продвижению	методами разработки и оценки туристских продуктов, их продвижения на туристских рынках

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 ЗЕТ, 216 часов.

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			ЛЗ	ПЗ	К	СР	
1	Сущность и методология туристского проектирования	7	16	32	9	51	Тестирование, кейсы Зачёт
2	Специфика и технологии разработки туристских программ	8	24	24		60	Кейсы, реферат, зачет с оценкой
Итого 216			40	56	9	111	Зачет с оценкой

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			ЛЗ	ПЗ	КОНС	СР	
1	Сущность и методология туристского проектирования	7	6	6	12	84	Тестирование, кейсы Зачёт
2	Специфика и технологии разработки туристских программ	8	12	12	12	72	Кейсы, реферат, зачет с оценкой
Итого 216			18	18	24	156	Зачет с оценкой

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
Раздел 1	Сущность и методология туристского проектирования		
Тема 1. Теоретико-методические основы управления проектами	<u>Лекции:</u> 1. Управление проектами: сущность, задачи и специфика 2. Процесс управления и жизненный цикл проекта 3. Направления проектирования и классификация проектов 4. Методы проектирования 5. Документирование плана проекта: значение и структура 6. Управление институциональными подсистемами проекта	6	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Признаки проекта и проектной деятельности. Роль и виды инноваций в проектном менеджменте. Этапы процесса разработки инновационных проектов. Оценка инновационного потенциала организации. Персонал организации как основной ресурс инновационных внедрений. Распределение ролей в проектном менеджменте. Планирование инноваций. Стратегическое инновационное позиционирование и инновационная стратегия: виды и факторы выбора. Первичная экспертиза инновационных проектов. Формирование замысла и логика разработки инновационного проекта. Первичное исследование маркетинговой среды проекта. Многообразие экспертных методов, их достоинства и недостатки. PEST-анализ как инструмент формирования маркетинговой стратегии проекта. Методы прогнозирования в проектной деятельности	12	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Перечислите основные признаки проекта. Какие инновационные цели может ставить перед собой туристская организация? По какому принципу осуществляется классификация инновационных проектов в туризме? Какие источники новых идей могут быть в сфере туризма? Перечислите основные методы поиска решений при разработке проекта. Каковы достоинства и недостатки метода мозгового штурма? Что собой представляет бизнес-план проекта и на основе каких принципов он разрабатывается? Какая информация должна содержаться в текущем отчете о ходе проектных работ? Какие задачи решаются при составлении заключительного отчета по проекту? Предложите идею дополнительных услуг в составе пакетного предложения турфирмы (по выбору студента)	21	
Тема 2. Туристская отрасль как объект проектирования	<u>Лекции:</u> 1. Туризм как социокультурное явление 2. Содержание туристского проектирования 3. Уровни туристского проектирования 4. Турпродукт как объект туристского проектирования 5. Факторы и функции туристского проектирования 6. Современные тенденции в сфере туристского проектирования	6	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Туристские проекты международного, национального и регионального уровня. Статистические показатели отрасли туризма и динамика туристских рынков Российской Федерации. Показатели развития туризма Краснодарского края. Основные физические и стоимостные показатели развития международного туризма. Распределение мировых туристских потоков в разрезе видов туризма и географии поездок. Состояние и перспективы развития туризма и путешествий в Российской Федерации. Оценка ресурсов территории в проектировании и развитии туристских программ. Факторы инновационного проектирования в туризме. Примеры инновационных туров в отечественной индустрии туризма. Определение целей и задач туристского проекта. Пилотные туристские проекты в РФ	12	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: В чем заключается специфика проектирования туристского продукта и услуги? Каковы особенности туризма как сложно социально-экономической и социально-культурной системы? В чем заключается сложность планирования потребности в кадрах в туриндустрии? Какие позитивные и негативные факторы можно выделить на современном этапе развития отечественной туристской сферы? Какие стабилизирующие мероприятия, действия и программы могут использоваться для нейтрализации или снижения интенсивности влияния негативных факторов? Какая роль в этом процессе отводится культурному туризму? Какие отраслевые тренды ведут к росту популярности культурного туризма? Приведите примеры и охарактеризуйте туристские проекты регионального уровня (регион – по выбору студента)	20	
Тема 3. Кластерный подход в проектировании туристских объектов	<u>Лекции:</u> 1. Туристский кластер: понятие, особенности, признаки классификации 2. Туристское районирование и специализация регионов 3. Типология и факторы формирования туристских центров	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Задачи создания и этапы проектирования туристских кластеров. Риски формирования туристских кластеров. Туристско-рекреационные кластеры Российской Федерации: история создания и современные перспективы. Проблемы туристского районирования. Районообразующие факторы. Межрегиональные туристские продукты и маршруты. Историко-культурные туристские центры РФ. Религиозно-паломнические туристские центры РФ. Фольклорно-этнографические туристские центры РФ. Комбинированные туристские центры. Особенности проектирования туристской деятельности в городском пространстве.	8	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Что собой представляет кластерный подход в туризме? В чем суть концепции территориальных туристско-рекреационных систем? Какие принципы должны соблюдаться при процедуре туристского районирования? Что собой представляют особые экономические зоны туристско-рекреационного профиля? Приведите примеры. Перечислите определяющие черты туристского центра и приведите их примеры. По каким параметрам проводится характеристика города при туристском проектировании?	10	
Раздел 2	Специфика и технологии разработки туристских программ		
Тема 4. Этапы и технологии проектирования турпродукта	<u>Лекции:</u> 1. Проектирование туристского продукта: сущность, этапы, документация 2. Требования к турпродукту 3. Критерии качества турпродукта и его оценка	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Основные этапы туроперейтинга и их содержание. Оценка внутренних факторов (кадрового, материально-технического, финансового потенциала турфирмы) и внешних факторов (туристской инфраструктуры, конкуренции, законодательных и макроэкономических факторов, конъюнктуры) при разработке турпродукта. Методы исследования и контроля качества туристского продукта.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие факторы влияют на развитие инновационной деятельности туристских компаний? С помощью каких технологических операций осуществляется планирование туристского продукта? Приведите их краткую характеристику. Каким требованиям должны соответствовать туристские услуги? Какие нормативные документы регулируют качество предоставляемых туристам услуг?	10	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского	<u>Лекции:</u> 1. Исследование потребительского поведения 2. Сегментирование туристского рынка 3. Классификация игроков туристского рынка 4. Анализ конкурентов	4	ПК-5 ПК-8

рынка	<u>Практические занятия (семинары):</u> Классификация потребителей туристского продукта в зависимости от активности и стиля жизни. Классификация туристских и рекреационных потребностей. Туристское поведение в зависимости от экономической ориентации. Типы инновационного поведения компаний на туристских рынках и их маркетинговые стратегии. Способы идентификации конкурентов. Картирование стратегических групп и построение конкурентного профиля туристской организации	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Дайте характеристику типам туристов в зависимости от их активности в период путешествий? Какие анимационные мероприятия и программы следует применять к каждому из выделенных видов? Какие методы исследования конкурентной среды турфирмы вы знаете? Опишите их достоинства и недостатки. В чем преимущества графического блока методов исследования конкурентоспособности туристского продукта?	10	
Тема 6. Техничко-экономическое обоснование туристского проекта	<u>Лекции:</u> 1. Ресурсное планирование в туристском проектировании 2. Производственный бизнес-план туристского продукта 3. Калькуляция себестоимости турпродукта 4. Экономические показатели в туристском проектировании	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка информационного содержания маршрута. Составление программы тура. Организация работы с поставщиками услуг и партнерами по бизнесу. Экскурсионная программа и анимация по маршруту. Типы анимационной активности туристов. Технологии создания анимационных программ. Анимационные направления в турбизнесе. Организация проживания и питания туристов. Туристские формальности и подготовка документации. Виды издержек, формирующих себестоимость турпродукта. Расчет нулевой рентабельности на уровне группового тура и турфирмы. Оценка эффективности основной деятельности	4	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие основные пункты в плане разработки туристского маршрута вы знаете? В чем заключается особенность организации проживания и питания туристов на туре культурного туризма? Из каких источников может складываться прибыль турфирмы? Каков алгоритм ее формирования? Исходя из каких статей калькулируется стоимость тура? Какие способы управления себестоимостью тура вы знаете? Какие показатели требуется проанализировать, чтобы сделать заключение об экономической целесообразности турпродукта?	10	
Тема 7. Ценообразование в практике туристского проектирования	<u>Лекции:</u> 1. Особенности ценообразования в туристской сфере 2. Виды цен в туризме 3. Методы ценообразования	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Виды скидок в туризме, целесообразность и условия их применения. Ценовая политика туристской организации. Демпинг цен и его последствия для отрасли. Соотношение цены и воспринимаемой ценности турпродукта как основа успешного позиционирования. Управление потребительским излишком.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Опишите специфику ценообразования в туризме. Из каких составляющих складывается цена тура? Какие виды ценовых стратегий показывают себя лучше (или хуже) в туризме, нежели чем в сфере традиционного материального производства? С чем это связано? Какие методы ценообразования вам известны? В чем их преимущества и недостатки?	10	
Тема 8. Реклама и продвижение туристского проекта	<u>Лекции:</u> 1. Виды и функции рекламы в туризме 2. Нерекламные методы продвижения турпродукта 3. Каналы сбыта турпродукта 4. Организация экспериментальных туров	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Исследование степени потребительской удовлетворенности туристским продуктом. Формы рекламного обращения. Уровни рекламного воздействия. Способы оценки эффективности рекламы. PR-технологии в туризме. Программы стимулирования сбыта и условия их реализации. Ярмарочно-выставочная деятельность турфирм.	4	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Как происходит продвижение турпродукта? Дайте характеристику каждому направлению. Какие исследования должны предшествовать расчету индекса потребительской удовлетворенности? Что такое экспериментальная проверка тура? С какой целью она организуется? Какие основные требования предъявляются к рекламе в соответствии с законодательством РФ? В чем специфика рекламы туристских продуктов и какие формы рекламного обращения вы знаете? Приведите примеры реализации каждой формы.	10	
Тема 9. Оценка рисков в проектировании турпродукта	<u>Лекции:</u> 1. Риски и неопределенность в туристской деятельности 2. Виды и факторы рисков 3. Система управления проектными рисками в туризме	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Уровни и параметры риска в туристской индустрии. Источники рисков. Анализ рисков в управлении проектами: методы и направления. Пути снижения рисков в туристском бизнесе. Ответственность турфирмы за жизнь и здоровье клиента. Алгоритм действий туроператора при наступлении форс-мажорных обстоятельств	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие специфические факторы риска в туризме вы знаете? Каковы основные этапы риск-менеджмента в туризме? Как классифицируются риски по источнику возникновения? Как формируется система обеспечения безопасности туристов в дестинации? Какова роль страхования как основного инструмента передачи рисков в туризме? Проанализируйте риски конкретного туристического направления (по выбору студента). Разработайте предложения по их минимизации.	10	
Форма контроля		Зачет с оценкой	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
Раздел 1	Сущность и методология туристского проектирования		
Тема 1. Теоретико-методические основы управления проектами	<u>Лекции:</u> 1. Управление проектами: сущность, задачи и специфика 2. Процесс управления и жизненный цикл проекта 3. Направления проектирования и классификация проектов 4. Методы проектирования 5. Документирование плана проекта: значение и структура 6. Управление институциональными подсистемами проекта	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Признаки проекта и проектной деятельности. Роль и виды инноваций в проектном менеджменте. Этапы процесса разработки инновационных проектов. Оценка инновационного потенциала организации. Персонал организации как основной ресурс инновационных внедрений. Распределение ролей в проектном менеджменте. Планирование инноваций. Стратегическое инновационное позиционирование и инновационная стратегия: виды и факторы выбора. Первичная экспертиза инновационных проектов. Формирование замысла и логика разработки инновационного проекта. Первичное исследование маркетинговой среды проекта. Многообразие экспертных методов, их достоинства и недостатки. PEST-анализ как инструмент формирования маркетинговой стратегии проекта. Методы прогнозирования в проектной деятельности	4	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Перечислите основные признаки проекта. Какие инновационные цели может ставить перед собой туристская организация? По какому принципу осуществляется классификация инновационных проектов в туризме? Какие источники новых идей могут быть в сфере туризма? Перечислите основные методы поиска решений при разработке проекта. Каковы достоинства и недостатки метода мозгового штурма? Что собой представляет бизнес-план проекта и на основе каких принципов он разрабатывается? Какая информация должна содержаться в текущем отчете о ходе проектных работ? Какие задачи решаются при составлении заключительного отчета по проекту? Предложите идею дополнительных услуг в составе пакетного предложения турфирмы (по выбору студента)	28	
Тема 2. Туристская отрасль как объект проектирования	<u>Лекции:</u> 1. Туризм как социокультурное явление 2. Содержание туристского проектирования 3. Уровни туристского проектирования 4. Турпродукт как объект туристского проектирования 5. Факторы и функции туристского проектирования 6. Современные тенденции в сфере туристского проектирования	2	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Туристские проекты международного, национального и регионального уровня. Статистические показатели отрасли туризма и динамика туристских рынков Российской Федерации. Показатели развития туризма Краснодарского края. Основные физические и стоимостные показатели развития международного туризма. Распределение мировых туристских потоков в разрезе видов туризма и географии поездок. Состояние и перспективы развития туризма и путешествий в Российской Федерации. Оценка ресурсов территории в проектировании и развитии туристских программ. Факторы инновационного проектирования в туризме. Примеры инновационных туров в отечественной индустрии туризма. Определение целей и задач туристского проекта. Пилотные туристские проекты в РФ	2	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: В чем заключается специфика проектирования туристского продукта и услуги? Каковы особенности туризма как сложно социально-экономической и социально-культурной системы? В чем заключается сложность планирования потребности в кадрах в туристической индустрии? Какие позитивные и негативные факторы можно выделить на современном этапе развития отечественной туристской сферы? Какие стабилизирующие мероприятия, действия и программы могут использоваться для нейтрализации или снижения интенсивности влияния негативных факторов? Какая роль в этом процессе отводится культурному туризму? Какие отраслевые тренды ведут к росту популярности культурного туризма? Приведите примеры и охарактеризуйте туристские проекты регионального уровня (регион – по выбору студента)	28	
Тема 3. Кластерный подход в проектировании туристских объектов	<u>Лекции:</u> 1. Туристский кластер: понятие, особенности, признаки классификации 2. Туристское районирование и специализация регионов 3. Типология и факторы формирования туристских центров	-	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Задачи создания и этапы проектирования туристских кластеров. Риски формирования туристских кластеров. Туристско-рекреационные кластеры Российской Федерации: история создания и современные перспективы. Проблемы туристского районирования. Районообразующие факторы. Межрегиональные туристские продукты и маршруты. Историко-культурные туристские центры РФ. Религиозно-паломнические туристские центры РФ. Фольклорно-этнографические туристские центры РФ. Комбинированные туристские центры. Особенности проектирования туристской деятельности в городском пространстве.	-	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Что собой представляет кластерный подход в туризме? В чем суть концепции территориальных туристско-рекреационных систем? Какие принципы должны соблюдаться при процедуре туристского районирования? Что собой представляют особые экономические зоны туристско-рекреационного профиля? Приведите примеры. Перечислите определяющие черты туристского центра и приведите их примеры. По каким параметрам проводится характеристика города при туристском проектировании?	28	
Раздел 2	Специфика и технологии разработки туристских программ		
Тема 4. Этапы и технологии проектирования турпродукта	<u>Лекции:</u> 1. Проектирование туристского продукта: сущность, этапы, документация 2. Требования к турпродукту 3. Критерии качества турпродукта и его оценка	2	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Основные этапы туроперейтинга и их содержание. Оценка внутренних факторов (кадрового, материально-технического, финансового потенциала турфирмы) и внешних факторов (туристской инфраструктуры, конкуренции, законодательных и макроэкономических факторов, конъюнктуры) при разработке турпродукта. Методы исследования и контроля качества туристского продукта.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие факторы влияют на развитие инновационной деятельности туристских компаний? С помощью каких технологических операций осуществляется планирование туристского продукта? Приведите их краткую характеристику. Каким требованиям должны соответствовать туристские услуги? Какие нормативные документы регулируют качество предоставляемых туристам услуг?	12	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского	<u>Лекции:</u> 1. Исследование потребительского поведения 2. Сегментирование туристского рынка 3. Классификация игроков туристского рынка 4. Анализ конкурентов	4	ПК-5 ПК-8

рынка	<u>Практические занятия (семинары):</u> Классификация потребителей туристского продукта в зависимости от активности и стиля жизни. Классификация туристских и рекреационных потребностей. Туристское поведение в зависимости от экономической ориентации. Типы инновационного поведения компаний на туристских рынках и их маркетинговые стратегии. Способы идентификации конкурентов. Картирование стратегических групп и построение конкурентного профиля туристской организации	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Дайте характеристику типам туристов в зависимости от их активности в период путешествий? Какие анимационные мероприятия и программы следует применять к каждому из выделенных видов? Какие методы исследования конкурентной среды турфирмы вы знаете? Опишите их достоинства и недостатки. В чем преимущества графического блока методов исследования конкурентоспособности туристского продукта?	12	
Тема 6. Техничко-экономическое обоснование туристского проекта	<u>Лекции:</u> 1. Ресурсное планирование в туристском проектировании 2. Производственный бизнес-план туристского продукта 3. Калькуляция себестоимости турпродукта 4. Экономические показатели в туристском проектировании	2	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка информационного содержания маршрута. Составление программы тура. Организация работы с поставщиками услуг и партнерами по бизнесу. Экскурсионная программа и анимация по маршруту. Типы анимационной активности туристов. Технологии создания анимационных программ. Анимационные направления в турбизнесе. Организация проживания и питания туристов. Туристские формальности и подготовка документации. Виды издержек, формирующих себестоимость турпродукта. Расчет нулевой рентабельности на уровне группового тура и турфирмы. Оценка эффективности основной деятельности	2	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие основные пункты в плане разработки туристского маршрута вы знаете? В чем заключается особенность организации проживания и питания туристов на туре культурного туризма? Из каких источников может складываться прибыль турфирмы? Каков алгоритм ее формирования? Исходя из каких статей калькулируется стоимость тура? Какие способы управления себестоимостью тура вы знаете? Какие показатели требуется проанализировать, чтобы сделать заключение об экономической целесообразности турпродукта?	12	
Тема 7. Ценообразование в практике туристского проектирования	<u>Лекции:</u> 1. Особенности ценообразования в туристской сфере 2. Виды цен в туризме 3. Методы ценообразования	-	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Виды скидок в туризме, целесообразность и условия их применения. Ценовая политика туристской организации. Демпинг цен и его последствия для отрасли. Соотношение цены и воспринимаемой ценности турпродукта как основа успешного позиционирования. Управление потребительским излишком.	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Опишите специфику ценообразования в туризме. Из каких составляющих складывается цена тура? Какие виды ценовых стратегий показывают себя лучше (или хуже) в туризме, нежели чем в сфере традиционного материального производства? С чем это связано? Какие методы ценообразования вам известны? В чем их преимущества и недостатки?	12	
Тема 8. Реклама и продвижение туристского проекта	<u>Лекции:</u> 1. Виды и функции рекламы в туризме 2. Нерекламные методы продвижения турпродукта 3. Каналы сбыта турпродукта 4. Организация экспериментальных туров	4	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Исследование степени потребительской удовлетворенности туристским продуктом. Формы рекламного обращения. Уровни рекламного воздействия. Способы оценки эффективности рекламы. PR-технологии в туризме. Программы стимулирования сбыта и условия их реализации. Ярмарочно-выставочная деятельность турфирм.	4	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Как происходит продвижение турпродукта? Дайте характеристику каждому направлению. Какие исследования должны предшествовать расчету индекса потребительской удовлетворенности? Что такое экспериментальная проверка тура? С какой целью она организуется? Какие основные требования предъявляются к рекламе в соответствии с законодательством РФ? В чем специфика рекламы туристских продуктов и какие формы рекламного обращения вы знаете? Приведите примеры реализации каждой формы.	12	
Тема 9. Оценка рисков в проектировании турпродукта	<u>Лекции:</u> 1. Риски и неопределенность в туристской деятельности 2. Виды и факторы рисков 3. Система управления проектными рисками в туризме	-	ПК-5 ПК-8
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Уровни и параметры риска в туристской индустрии. Источники рисков. Анализ рисков в управлении проектами: методы и направления. Пути снижения рисков в туристском бизнесе. Ответственность турфирмы за жизнь и здоровье клиента. Алгоритм действий туроператора при наступлении форс-мажорных обстоятельств	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовиться к ответам на следующие вопросы: Какие специфические факторы риска в туризме вы знаете? Каковы основные этапы риск-менеджмента в туризме? Как классифицируются риски по источнику возникновения? Как формируется система обеспечения безопасности туристов в дестинации? Какова роль страхования как основного инструмента передачи рисков в туризме? Проанализируйте риски конкретного туристического направления (по выбору студента). Разработайте предложения по их минимизации.	12	
Форма контроля		Зачет с оценкой	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;
- практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, формы «коллективной мыслительной деятельности», тестирование по темам курса; работа в малых группах; дискуссия.
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по

заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 50% от аудиторных занятий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, реализация компетентностного подхода в изучении данной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе таких активных и интерактивных форм проведения практических занятий как: дискуссия, brain-storm (метод «мозгового штурма»).

Дискуссия. Учебные дискуссии представляют собой такую форму познавательной деятельности обучающихся, в которой субъекты образовательного процесса упорядоченно и целенаправленно обмениваются своими мнениями, идеями, суждениями по обсуждаемой учебной проблеме. Дискуссия делает возможным использовать элементы педагогики сотрудничества по типу «обучающий – обучающийся» и «обучающийся – обучающийся», в которой стираются противоположности между позициями обучающего и обучающихся, а кругозор участников образовательного процесса становится общим достоянием.

Во время дискуссии формируются следующие компетенции: коммуникативные (умения общаться, формулировать и задавать вопросы, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника и др.), способности к анализу и синтезу, брать на себя ответственность, выявлять проблемы и решать их, умения отстаивать свою точку зрения, т.е. навыки социального общения и др.

Brain-storm. «Мозговой штурм» является эффективным методом стимулирования познавательной активности, формирования творческих умений обучающихся как в малых, так и в больших группах. Метод мозгового штурма направлен на генерирование идей по решению проблемы, основан на процессе совместного разрешения поставленных в ходе организованной дискуссии проблемных задач. Задание может содержать профессионально значимый или междисциплинарный вопрос. При этом все идеи и предложения, высказываемые участниками группы, должны фиксироваться на доске, чтобы затем их можно было проанализировать и обобщить. Дух соревновательности активизирует мыслительную деятельность обучающихся.

Метод «мозгового штурма» позволяет вовлекать в активную деятельность максимальное число обучающихся. Применение данного метода возможно на различных этапах занятия: для введения новых знаний, промежуточного контроля качества усвоения знаний, закрепления приобретённых знаний (на обобщающем занятии по конкретной теме курса).

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- кейсы;
- реферат (доклад).

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

6.2. Фонд оценочных средств

Тест

1. Что является начальным этапом проектирования туристского продукта?
А) Расчет стоимости тура
Б) Маркетинговое исследование рынка
В) Подписание договоров с отелями
Г) Рекламная кампания
2. Как называется документ, содержащий детальное описание маршрута, график движения и перечень услуг?
А) Проспект маршрута
Б) Описание маршрута
В) Технологическая карта маршрута
Г) Паспорт маршрута
3. Что такое «инклюзив-тур»?
А) Тур, включающий только проживание и трансфер, без экскурсионного сопровождения
Б) Пакетное предложение, где все основные услуги включены в стоимость
В) Поездка, где турист сам выбирает услуги на месте
Г) Бесплатный ознакомительный тур для агентов
4. Какой метод ценообразования чаще всего используется при проектировании массового турпродукта?
А) Метод «снятия сливок»
Б) Метод демпинга
В) Аукционный метод
Г) Затратный метод (издержки + прибыль)
5. Что входит в понятие «основной продукт» в туризме?
А) Перевозка и размещение
Б) Все экскурсионные услуги по маршруту
В) Страховка и визовая поддержка
Г) Психологический комфорт туриста
6. Какая стадия жизненного цикла турпродукта характеризуется максимальной прибылью и стабильным спросом?
А) Внедрение
Б) Рост
В) Зрелость
Г) Спад
7. Как называется процесс проверки соответствия турпродукта установленным требованиям безопасности и качества?
А) Лицензирование
Б) Сертификация
В) Апробация
Г) Диверсификация
8. Кто является основным звеном в проектировании и формировании тура?
А) Турагент

- Б) ОТЕЛЬЕР
- В) ЭКСКУРСОВОД
- Г) ТУРОПЕРАТОР

9. Что такое «таймшер» в проектировании программ размещения?

- А) Аренда номера на одну ночь
- Б) Право собственности на использование жилья в течение определенного времени в году
- В) Проживание по системе «все включено» в течение всего времени получения туруслуг
- Г) Бесплатное проживание в хостеле

10. Какое требование к проектированию турпродукта является приоритетным согласно законодательству?

- А) Предоставление туристам исчерпывающей информации обо всех объектах турпоказа
- Б) Безопасность жизни и здоровья туристов
- В) Наличие системы скидок и доступность для незащищенных слоев населения
- Г) Использование инновационных технологий

11. Дифференциация турпродукта – это:

- А) Повышение цен в высокий сезон и понижение – в низкий для сглаживания колебаний спроса
- Б) Придание продукту отличительных черт, выделяющих его среди конкурентов
- В) Снижение качества услуг для экономии
- Г) Объединение нескольких туроператоров

12. Что означает понятие «целевой рынок» в проектировании?

- А) Рынок, где нет конкурентов, наиболее привлекательный для нового продукта
- Б) Группа потребителей, на которых ориентирован конкретный турпродукт
- В) Весь рынок туризма, который в идеале должна охватить турфирма
- Г) Продажа туров через интернет

13. Как называется разница между ценой реализации турпакета и стоимостью услуг, входящих в него?

- А) АКЦИЗ
- Б) ДИСКОНТ
- В) МАРЖА
- Г) ДЕПОЗИТ

14. Что такое «вербальная модель» турпродукта на этапе проектирования?

- А) Графическое изображение маршрута на карте
- Б) Словесное описание потребительских свойств и программы обслуживания
- В) Математический расчет рентабельности и окупаемости турпродукта
- Г) Видеопрезентация будущего тура для оценки экспертами туриндустрии

15. Как называется услуга по организации встреч, проводов и сопровождению туриста?

- А) ПЕРЕВОЗКА
- Б) КОНСАЛТИНГ
- В) РЕЦЕПЦИЯ
- Г) ТРАНСФЕР

16. Какой показатель является ключевым при расчете точки безубыточности проектируемого тура?

- А) Минимальное количество туров для покрытия расходов

- Б) Минимальная цена, по которой может быть продан тур
- В) Минимальная покупательная способность туриста
- Г) Общее количество туров, которое планируется продать за сезон

17. Как называется процесс адаптации турпродукта под требования конкретного заказчика?

- А) Индивидуализация
- Б) Диверсификация
- В) Дифференциация
- Г) Кастомизация

18. В каком документе фиксируются основные показатели качества и безопасности конкретного вида туристских услуг?

- А) Устав организации
- Б) Договор с туроператором
- В) Национальный стандарт
- Г) Трудовой договор

19. Что такое «сезонная дифференциация» цены в проектировании?

- А) Установление одинаковой цены на весь год для повышения привлекательности
- Б) Изменение стоимости тура в зависимости от времени года и спроса
- В) Отсутствие продаж туров в низкие периоды спроса
- Г) Изменение содержания программы тура в зависимости от времени года и спроса

20. Какая стратегия проектирования предполагает создание продукта, не имеющего аналогов?

- А) Стратегия низких издержек
- Б) Стратегия дифференциации
- В) Стратегия концентрации
- Г) Стратегия демпинга

Критерии оценки:

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если количество верных ответов составило от 40 до 60% включительно;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если количество верных ответов составило от 61 до 80% включительно;
- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если количество верных ответов составило от 81 до 100% включительно.

Кейсы

КЕЙС 1. Популярный ранее культурно-познавательный тур «Города мастеров» показывает падение продаж на 40%. Основная причина – «продукт устарел, скучно». Проведите редизайн продукта. Какие новые «точки притяжения» вы добавите, чтобы привлечь молодежную аудиторию 20-30 лет?

КЕЙС 2. Клиент хочет тур «Вкусы региона», но он веган и приверженец ЗОЖ, в то время как традиционная кухня региона базируется на мясных блюдах. Спроектируйте кастомизированную программу питания. Найдите компромисс между аутентичностью локальной кухни и диетическими требованиями клиента.

КЕЙС 3. Перевозчик поднял цены на топливо на 15% после того, как вы уже анонсировали цену тура и собрали предоплату с половины группы. Обоснуйте экономическое решение: поднять цену для новых участников, сократить количество экскурсий или снизить маржу компании? Возможно предложение собственного сценария.

КЕЙС 4. Туроператор решил разработать продукт для семей с детьми 8-12 лет. Опросы показали, что стандартные экскурсии детям неинтересны. Спроектируйте элементы «интерактивности» в туре. Какие технологические решения вы внедрите в программу, чтобы удержать внимание юных туристов и оправдать высокую стоимость продукта?

КЕЙС 5. Вы прорабатываете турпродукт с ключевой идеей «Тур без связи». Место – глухая тайга или удаленный остров. Клиенты – топ-менеджеры в состоянии выгорания. Разработайте программу психологической разгрузки. Какие услуги (кроме проживания и питания) будут формировать добавочную стоимость этого тура, если гаджеты запрещены?

№ кейса	Оцениваемый параметр	Минимальный балл («удовлетворительно»)
Кейс 1	Понимание специфики использования конкретных технологий (AR-квестов, цифровых аватаров гидов, мобильных приложений с наградами), умение сделать акцент на клиповом мышлении клиентской аудитории	Предложены допустимые, но традиционные подходы (например, аниматоры и ростовые куклы)
Кейс 2	Умение создавать кастомизированный продукт, учитывая индивидуальные запросы клиента. В данном случае через нахождение способа сохранить региональную идентичность через веганство	Запросы клиента формально удовлетворены, но утрачена гастрономическая ценность тура
Кейс 3	Умение сделать обоснованный выбор стратегии, минимизирующей репутационные риски (найти компромисс между ценой и наполнением)	Предложен уход в убыток без плана компенсации (принятие риска) или нанесен ущерб правам потребителя
Кейс 4	Способность качественно переработать программу, внедрить элементы «экономики впечатлений»: участие в ремесле, сторителлинг в необычном месте и т.д.	Предложены несистемные, поверхностные изменения (например, добавление новых объектов показа)
Кейс 5	Способность предлагать клиентам востребованные замещающие активности (например, медитацию, физический труд, наблюдение за звездами, арт-терапию и т.п.)	Предложенные виды активностей не способны сформировать ценностное содержание тура

Критерии оценки:

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он понимает суть проблемы, но предлагает стандартное или поверхностное решение;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если кейс решен верно, но без инновационных идей. Соблюдена логика проектирования, однако не все риски учтены в полной мере;
- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если предложено комплексное решение, учитывающее законодательные, экономические и маркетинговые аспекты туристского

проектирования, предложены инновационные идеи, продемонстрировано критическое мышление.

Тематика рефератов (докладов)

1. Роль маркетинговых исследований в поиске идеи нового турпродукта
2. Специфика проектирования инновационных турпродуктов с учетом отраслевых трендов
3. Проектирование вербальной и визуальной модели туристского продукта
4. Оптимизация транспортного обслуживания в структуре турпродукта
5. Управление рисками при разработке нового туристского предложения
6. Разработка гастрономических маршрутов как инструмента развития территории
7. Проектирование продуктов в сфере промышленного туризма
8. Особенности разработки инклюзивных туров для маломобильных граждан
9. Проектирование программ детского и молодежного туризма: требования безопасности и геймификация
10. Разработка концепции глэмпингов как инновационного средства размещения в турпродукте
11. Использование технологий дополненной и виртуальной реальности при проектировании экскурсий
12. Роль искусственного интеллекта в автоматизации проектирования индивидуальных туров
13. Диджитализация процесса бронирования и сопровождения турпродукта
14. Проектирование турпродукта на основе культурно-исторического наследия региона
15. Событийный туризм: проектирование туров вокруг фестивалей и спортивных мероприятий
16. Брендинг территории как основа для проектирования успешного турпродукта
17. Специфика проектирования сельских и агротуров
18. Редизайн «классических» советских маршрутов: методы актуализации продукта
19. Экономика впечатлений: проектирование эмоций, а услуг
20. Психологические аспекты проектирования групповых туров: формирование совместимости и атмосферы

Критерии оценки:

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта не полностью, используются неактуальные данные, оформление работы не в полной мере соответствует предъявляемым требованиям, ответы на вопросы преподавателя касательно раскрываемой темы даны неточно;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта полностью, используются актуальные данные, допущены редакционные погрешности, ответы на вопросы преподавателя касательно раскрываемой темы даны неточно
- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта полностью, используются актуальные данные, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям, ответы на вопросы преподавателя касательно раскрываемой темы даны точно и в полном объеме.

Промежуточный контроль

ФОС для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) **Проектирование в рекламе и культурном туризме** предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения

дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяют определить результаты освоения дисциплины.

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой**.

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов к **зачету с оценкой**.

Оценивание обучающегося на экзамене/зачете с оценкой

Оценка экзамена, зачета с оценкой	Требования к знаниям
«Отлично»	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и полностью усвоил 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 из различных литературных источников
«Хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал; грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос; правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач; владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине
«Удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала; испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой
«Неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части материала; неуверенно отвечает; допускает серьезные ошибки

Вопросы к зачету с оценкой для промежуточной аттестации

1. Сущность и роль проектного менеджмента в современной туристической индустрии
2. Направления проектирования и классификация проектов
3. Роль и виды инноваций в проектном менеджменте
4. Этапы процесса разработки инновационных проектов
5. Формирование замысла и логика разработки инновационного проекта
6. Факторы инновационного проектирования в туризме
7. Жизненный цикл проекта и его фазы
8. Методы прогнозирования в проектной деятельности
9. Управление сроками реализации проекта: общая методология
10. Управление стоимостью проекта: общая методология
11. Турпродукт как объект туристского проектирования
12. Критерии качества турпродукта и его оценка
13. Уровни и содержание туристского проектирования

14. Законодательная база проектирования туристской деятельности в РФ
15. Требования безопасности при проектировании туристских маршрутов
16. Стандартизация и сертификация в туристской индустрии: цели и значение
17. Оценка ресурсов территории в проектировании и развитии туристских программ
18. Туристский кластер: понятие, особенности, признаки классификации
19. Особенности проектирования туристской деятельности в городском пространстве
20. Роль туроператора в цепочке создания ценности туристского продукта
21. Формирование информационной базы для разработки маршрута
22. Генерация идеи и концептуальное проектирование тура
23. Технологическая карта туристского маршрута: назначение и правила заполнения
24. Порядок взаимодействия туроператора с поставщиками услуг
25. Проектирование экскурсионных услуг
26. Особенности проектирования транспортных маршрутов
27. Вербальная модель турпродукта
28. Маркетинговые исследования в туризме как фундамент проектирования
29. Классификация потребителей туристского продукта
30. Типы конкурентного поведения компаний на туристских рынках и их маркетинговые стратегии
31. Способы идентификации конкурентов
32. Оценка конкурентоспособности туристского продукта
33. Структура себестоимости туристского продукта: переменные и постоянные издержки
34. Методы ценообразования в туризме
35. Понятие маржи и комиссионного вознаграждения в проектировании
36. Расчет точки безубыточности (порога рентабельности) нового маршрута
37. Понятие «инклюзив-тур» и специфика расчета пакетного предложения
38. Индивидуальное проектирование и методы кастомизации продукта
39. Оценка эффективности внедрения нового туристского продукта
40. Риски при проектировании турпродукта и методы их минимизации

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Основная литература:

1. Филиппова, И. Г. Туристско-рекреационное проектирование : учебник : [16+] / И. Г. Филиппова, А. С. Матвеевская, В. Л. Погодина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 640 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602469> (дата обращения: 27.12.2025). – ISBN 978-5-4499-1808-6. – DOI 10.23681/602469. – Текст : электронный.
2. Крумина, К. В. Управление проектами : учебное пособие : [16+] / К. В. Крумина, С. Г. Полковникова ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 118 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683233> (дата обращения: 27.12.2025). – Библиогр.: с. 113-117. – ISBN 978-5-8149-3133-7. – Текст : электронный.
3. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоение территорий : учебное пособие : [16+] / А. В. Трухачев, Ю. М. Елфимова, В. А. Фурсов [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра туризма и сервиса. – Ставрополь : Секвойя, 2021. – 61 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701001> (дата обращения: 27.12.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

7.2 Дополнительная литература:

1. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоение территорий : учебное пособие : [16+] / А. В. Трухачев, Ю. М. Елфимова, В. А. Фурсов [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра туризма и сервиса. – Ставрополь : Секвойя, 2021. – 61 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701001> (дата обращения: 26.12.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

2. Исмаев, Д. К. Основная деятельность туристской фирмы (на примере российского турбизнеса) : учебно-практическое пособие : [16+] / Д. К. Исмаев. – Москва : Книгодел, 2005. – 158 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63589> (дата обращения: 26.12.2025). – ISBN 5-9659-0005-8. – Текст : электронный.

3. Шеин, Ю. П. Инновационные подходы к проектированию и развитию туристско-рекреационных зон : учебное пособие / Ю. П. Шеин, Л. Д. Матвеева ; Уфимская государственная академия экономики и сервиса, Институт туризма и коммуникаций, Кафедра «Туризм и гостеприимство». – Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2011. – 178 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272483> (дата обращения: 26.12.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88469-514-6. – Текст : электронный.

4. Пироженко, Н. Т. Риск-менеджмент в туризме : учебное пособие : [16+] / Н. Т. Пироженко. – Москва : Креативная экономика, 2012. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137713> (дата обращения: 26.12.2025). – ISBN 978-5-91292-103-2. – Текст : электронный.

5. Басалаева, О. Г. Теория и методология проектирования : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Организация и управление туроператорской и турагентской деятельностью» : [16+] / О. Г. Басалаева, П. И. Балабанов ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2019. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696499> (дата обращения: 26.12.2025). – Библиогр.: с. 142-146. – ISBN 978-5-8154-0488-5. – Текст : электронный.

7.3. Периодические издания

Управление проектами и программами
Проблемы теории и практики управления
Туристская деловая газета
Журнал «Туристический бизнес»
Журнал «Отдых в России»
Журнал «Вояж»

7.4. Интернет-ресурсы

<https://russiatourism.ru/> – Портал о туризме «Туризм на русском»
<https://www.culture.ru/> – Культура.РФ. Портал культурного наследия, традиций народов России
<http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики
<http://www.statbook.ru> – Информационно-издательский центр «Статистика России»

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Методические указания для подготовки к практическим занятиям

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. Проработать конспект лекций;

2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана практического занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к практическим занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Для закрепления полученных в ходе лекций знаний и эффективной работы по формированию навыков и умений на практических занятиях студенты изучают теоретический материал предыдущей лекции и отвечают на поставленные вопросы для повторения по каждой теме.

Поскольку на практических занятиях необходимо представлять результаты выполненных заданий по самостоятельной работе, студенты должны уметь организовать их презентацию.

Презентации материалов по выполненному заданию в рамках самостоятельной работы проходят в форме устных выступлений перед аудиторией.

Сообщение представляет собой самый простой вид изложения задания, не требующего специального оформления в форме демонстрационной презентации.

Доклад – развернутое изложение результатов, полученных при выполнении самостоятельной работы. По структуре и содержанию доклад представляет собой более полный, чем сообщение, материал, сопровождаемый демонстрационной презентацией в программе PowerPoint.

7.6 Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой AstraLinux, пакет прикладных программ Р7-Офис, справочно-правовыми системами Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

7.7 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение».

Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных мультимедийным оборудованием) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в аудиториях имеется стационарное мультимедийное и стриминговое оборудование.

Студенты пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины
«Проектирование в рекламе и культурном туризме»
на 20__-20__ уч. год**

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения

Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель:

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)