

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

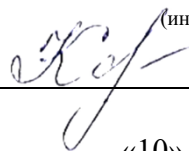
Руководитель образовательной программы

доц.,к. филос. н.

(должность, уч. степень, звание)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Туристско-рекреационное проектирование»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Туризм
Наименование направленности/ специализации	Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2026

Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

д.ф.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026

(подпись, дата)

И.Ф. Игнатъева

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)

 10.02.2026

(подпись, дата)

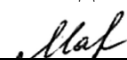
К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель

(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026

(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Туристско-рекреационное проектирование» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.02 «Туризм» направленности/специализации «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-3 «Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности»

ОПК-4 «Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теорией и практикой проектирования туристско-рекреационных систем, включая разработку и оценку качества туристских продуктов, маркетинговые исследования рынка, организацию продаж и продвижения услуг с учетом стандартов качества и потребительских ожиданий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (8 семестр), экзамена (9 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины формирование у обучающихся системных теоретических знаний и практических навыков в области туристско-рекреационного проектирования, необходимых для профессиональной деятельности в сфере туроператорских и турагентских услуг. Дисциплина направлена на развитие способностей:

разрабатывать и обеспечивать качество туристских продуктов и услуг в соответствии с требованиями стандартов и ожиданиями потребителей;

проводить маркетинговые исследования туристского рынка, анализировать конкурентную среду;

организовывать эффективные продажи и продвижение туристского продукта применением современных технологий.

Полученные знания и умения обеспечивают подготовку выпускников к самостоятельному решению профессиональных задач в области проектирования, управления качеством и коммерциализации туристских услуг.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.3.1 знать основы менеджмента качества в сфере оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон; основные положения стандарта системы менеджмента качества ISO 9001 ОПК-3.У.1 уметь обеспечивать оказание туристских услуг в соответствии с заявленным качеством
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.3.1 знать основы маркетинга; методы проведения маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов ОПК-4.У.1 уметь организовывать продажи туристского продукта, в том числе с помощью современных технологий

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Основы проектной деятельности,
- Маркетинг в профессиональной деятельности,
- Организация туристской деятельности.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Инновации в туризме,
- Технологии и организация международного туризма,
- Производственная преддипломная практика,
- Государственная итоговая аттестация.

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам	
		№8	№9
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	8/ 288	3/ 108	5/ 180
Из них часов практической подготовки			
Аудиторные занятия, всего час.	119	51	68
в том числе:			
лекции (Л), (час)	34	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	68	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)			
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)	17		17
экзамен, (час)	27		27
Самостоятельная работа, всего (час)	142	57	85
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Дифф. зач., Экз., Курс. Раб.	Дифф. зач.,	Экз., Курс. Раб.

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 8					
Раздел 1. Основы туристско-рекреационного проектирования	6	12	–	–	20
Тема 1.1. Введение в дисциплину. Понятие рекреации и туристского проектирования	2	4	–	–	6

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование и стандарты качества в туризме (ISO 9001)	2	4	–	–	6
Тема 1.3. Классификация туристских продуктов и услуг	2	4	–	–	8
Раздел 2. Маркетинговые исследования туристского рынка	6	12	–	–	20
Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований в туризме	2	4	–	–	6
Тема 2.2. Анализ потребителей и конкурентов	2	4	–	–	6
Тема 2.3. Сегментирование и позиционирование туристских услуг	2	4	–	–	8
Раздел 3. Технологии проектирования туристского продукта	5	10	–	–	17
Тема 3.1. Этапы разработки туристского продукта	2	4	–	–	8
Тема 3.2. Формирование турпакетов и программ обслуживания	3	6	–	–	9
Итого в семестре 8	17	34	0	0	57
Семестр 9					
Раздел 4. Управление качеством в туристско-рекреационной деятельности	6	12	–	–	30
Тема 4.1. Системы менеджмента качества (ISO 9001) в туризме	2	4	–	–	10
Тема 4.2. Оценка качества услуг и методы контроля	2	4	–	–	10
Тема 4.3. Работа с отзывами и учёт мнения потребителей и заинтересованных сторон	2	4	–	–	10
Раздел 5. Организация продаж и	6	12	–	–	30

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
продвижение туристского продукта					
Тема 5.1. Каналы продаж и дистрибуция в туризме	2	4	–	–	10
Тема 5.2. Современные технологии продаж (электронная коммерция, CRM-системы)	2	4	–	–	10
Тема 5.3. Маркетинговые коммуникации и инструменты продвижения	2	4	–	–	10
Раздел 6. Управление проектами и оценка эффективности	5	10	–	–	25
Тема 6.1. Проектный подход в туристско-рекреационном проектировании	2	4	–	–	8
Тема 6.2. Бизнес-планирование и оценка эффективности туристских проектов	3	6	–	–	17
Выполнение курсовой работы	–	–	–	17	–
Итого в семестре 9	17	34	0	17	85
Итого	34	68	0	17	142

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1. Основы туристско-рекреационного проектирования Тема 1.1. Введение в дисциплину. Понятие рекреации и туристского проектирования. Основные термины и определения, классификация рекреационных ресурсов, виды рекреационной деятельности.

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
	Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование и стандарты качества в туризме. Обзор законодательства, регулирующего туристскую деятельность в РФ, международные стандарты ISO 9001, их применение в туристской индустрии. Тема 1.3. Классификация туристских продуктов и услуг. Виды туров, турпакетов, дополнительные и сопутствующие услуги. Структура и элементы туристского продукта, жизненный цикл продукта.
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования туристского рынка Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований в туризме: кабинетные и полевые исследования, опросы, анкетирование, наблюдение, эксперимент, фокус-группы. Тема 2.2. Анализ потребителей и конкурентов. Сегментация рынка, профили потребителей, анализ конкурентной среды, SWOT-анализ, модели Портера. Тема 2.3. Сегментирование и позиционирование туристских услуг. Критерии сегментации, выбор целевых сегментов, стратегии позиционирования, построение карт восприятия.
3	Раздел 3. Технологии проектирования туристского продукта Тема 3.1. Этапы разработки туристского продукта: от идеи до реализации, формирование программы тура, подбор поставщиков услуг (транспорт, размещение, питание, экскурсии), бронирование и контрактинг. Тема 3.2. Формирование турпакетов и программ обслуживания. Расчет стоимости тура, структура цены, методы ценообразования, условия бронирования и аннуляции, разработка маршрутов и логистика тура.
4	Раздел 4. Управление качеством в туристско-рекреационной деятельности Тема 4.1. Системы менеджмента качества (ISO 9001) в туризме: принципы, процессы, документация, сертификация, преимущества внедрения. Тема 4.2. Оценка качества услуг и методы контроля. Показатели качества (объективные и субъективные), методы мониторинга (анкетирование, тайный покупатель), аудит качества, работа с претензиями и рекламациями. Тема 4.3. Работа с отзывами и учёт мнения потребителей и заинтересованных сторон. Сбор обратной связи, анализ удовлетворенности, использование отзывов для улучшения качества, влияние на репутацию.
5	Раздел 5. Организация продаж и продвижение туристского продукта Тема 5.1. Каналы продаж и дистрибуция в туризме: агентские и операторские сети, онлайн-платформы (OTA), прямые продажи, партнерские программы. Тема 5.2. Современные технологии продаж: электронная коммерция, CRM-системы, мобильные приложения, использование социальных сетей и мессенджеров, автоматизация продаж. Тема 5.3. Маркетинговые коммуникации и инструменты продвижения: реклама (традиционная и цифровая), PR, стимулирование сбыта, личные продажи, интернет-маркетинг (SEO, контекстная реклама, таргетинг), работа с блогерами и лидерами мнений.
6	Раздел 6. Управление проектами и оценка эффективности Тема 6.1. Проектный подход в туристско-рекреационном проектировании: жизненный цикл проекта, инициация, планирование, исполнение, мониторинг и завершение, управление ресурсами, рисками, сроками и бюджетом. Тема 6.2. Бизнес-планирование и оценка эффективности туристских проектов:

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
	структура бизнес-плана, финансовые показатели (NPV, IRR, срок окупаемости), анализ безубыточности, оценка социально-экономической эффективности и влияния на региональное развитие.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8					
1	Тема 1.1. Введение в дисциплину. Понятие рекреации и туристского проектирования	Групповая дискуссия, работа с терминологией, анализ определений	4	4	1
2	Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование и стандарты качества в туризме (ISO 9001)	Разбор нормативных документов, кейс-стади по внедрению стандартов	4	4	1
3	Тема 1.3. Классификация туристских продуктов и услуг	Составление классификационных схем, анализ примеров турпродуктов	4	4	1
4	Тема 2.1. Методы маркетинговых исследований в туризме	Мозговой штурм, разработка анкеты для опроса туристов	4	4	2
5	Тема 2.2. Анализ потребителей и конкурентов	Решение ситуационных задач, SWOT-анализ конкурентов	4	4	2
6	Тема 2.3. Сегментирование	Деловая игра «Выбор целевого	4	4	2

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
	и позиционирование туристских услуг	сегмента», построение карт позиционирования			
7	Тема 3.1. Этапы разработки туристского продукта	Моделирование процесса разработки тура, работа с поставщиками (ролевая игра)	4	4	3
8	Тема 3.2. Формирование турпакетов и программ обслуживания	Расчет стоимости тура, составление программы обслуживания, кейс по ценообразованию	6	6	3
Итого в семестре 8			34	34	
Семестр 9					
9	Тема 4.1. Системы менеджмента качества (ISO 9001) в туризме	Анализ документов СМК, разработка чек-листа для контроля качества	4	4	4
10	Тема 4.2. Оценка качества услуг и методы контроля	Кейс-стади по обработке жалоб, тренинг по проведению аудита качества	4	4	4
11	Тема 4.3. Работа с отзывами и учёт мнения потребителей	Групповое обсуждение, анализ реальных отзывов, разработка мер по улучшению	4	4	4
12	Тема 5.1. Каналы продаж и дистрибуция в туризме	Сравнительный анализ каналов продаж, деловая игра «Выбор дистрибуционной стратегии»	4	4	5
13	Тема 5.2. Современные технологии продаж	Практикум по работе с CRM-системой (имитация), обзор	4	4	5

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
		онлайн-платформ			
14	Тема 5.3. Маркетинговые коммуникации и инструменты продвижения	Разработка рекламного сообщения, кейс по продвижению в соцсетях	4	4	5
15	Тема 6.1. Проектный подход в туристско-рекреационном проектировании	Имитационное занятие «Запуск туристского проекта», управление рисками	4	4	6
16	Тема 6.2. Бизнес-планирование и оценка эффективности	Расчет финансовых показателей, анализ безубыточности проекта (работа в малых группах)	6	6	6
Итого в семестре 9			34	34	
Всего			68		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Цель курсовой работы:

Закрепление, углубление и систематизация теоретических знаний, полученных при изучении дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование», а также формирование практических навыков самостоятельного решения комплексных профессиональных задач в области разработки, оценки качества и продвижения туристских продуктов и услуг.

В ходе выполнения курсовой работы обучающийся должен продемонстрировать способность:

применять методы маркетинговых исследований туристского рынка для обоснования целесообразности разработки нового туристского продукта;

проектировать туристский продукт (тур, турпакет, программу обслуживания) с учётом требований качества и стандартов (в том числе ISO 9001);

разрабатывать план продвижения и организации продаж разработанного продукта с использованием современных технологий;

проводить оценку экономической эффективности и качества предлагаемого решения.

Курсовая работа выполняется в 9-м семестре и является формой промежуточной аттестации, позволяющей оценить уровень сформированности компетенций ОПК-3 и ОПК-4. Результаты работы оформляются в виде пояснительной записки объёмом 25–35 страниц и представляются к защите

Примерные темы заданий на курсовую работу приведены в разделе 10 РПД.

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час	Семестр 9, час
1	2	3	4
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	73	33	40
Курсовое проектирование (КП, КР)	30	-	30
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	20	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	-	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	19	14	5
Всего:	142	57	85

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2087267 – Режим доступа: по подписке.	Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное	

	пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 352 с.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2246566 – Режим доступа: по подписке.	Ушакова, Е. О. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Е. О. Ушакова. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2023. - 79 с.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/1842508 – Режим доступа: по подписке.	Кощев, Д. А. Проектирование туристских кластеров: системно-агломерационный подход : монография / Д.А. Кощев, О.Ю. Исопескуль. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 326 с.	
URL: https://urait.ru/bcode/512992 Режим доступа: по подписке	Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с.	
URL: https://www.urait.ru/bcode/518748 Режим доступа: по подписке	Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 257 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри</u> ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
Электронные библиотечные ресурсы и системы	
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
Информационные и справочно-правовые системы	
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Тесты.
Дифференцированный зачёт	Список вопросов; Тесты;
Выполнение курсовой работы	Экспертная оценка на основе требований к содержанию курсовой работы по дисциплине.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	Сущность туристско-рекреационного проектирования: понятие, цели, задачи.	ОПК-3.3.1
2	Классификация рекреационных ресурсов и их роль в проектировании туров.	ОПК-3.3.1
3	Структура и элементы туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта.	ОПК-3.3.1
4	Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в РФ (ФЗ «Об основах туристской деятельности»).	ОПК-3.3.1

5	Международные стандарты качества ISO 9001: принципы, применение в туризме.	ОПК-3.3.1
6	Документация системы менеджмента качества (СМК) в туроператорской компании.	ОПК-3.3.1
7	Методы маркетинговых исследований туристского рынка: кабинетные и полевые.	ОПК-4.3.1
8	Разработка анкеты для опроса потребителей туристских услуг.	ОПК-4.У.1
9	SWOT-анализ туристского предприятия: этапы и практическое применение.	ОПК-4.3.1
10	Модель пяти сил Портера для анализа конкуренции в туризме.	ОПК-4.3.1
11	Сегментирование туристского рынка: критерии и методы.	ОПК-4.3.1
12	Позиционирование туристского продукта: стратегии и инструменты.	ОПК-4.У.1
13	Технология разработки нового туристского продукта: этапы и содержание.	ОПК-3.У.1
14	Формирование турпакета: подбор поставщиков, контрактинг, бронирование.	ОПК-3.У.1
15	Расчёт стоимости тура: структура цены, методы ценообразования.	ОПК-3.У.1
16	Логистика тура: построение маршрута, выбор транспорта, размещение.	ОПК-3.У.1
17	Система менеджмента качества в туризме: внедрение, сертификация, преимущества.	ОПК-3.3.1
18	Инструменты контроля качества услуг: анкетирование, «тайный покупатель», аудит.	ОПК-3.У.1
19	Работа с рекламациями и претензиями потребителей.	ОПК-3.У.1
20	Методы анализа удовлетворённости туристов (CSI, NPS).	ОПК-3.У.1
21	Каналы продаж туристского продукта: агентские сети, онлайн-платформы (OTA), прямые продажи.	ОПК-4.У.1
22	Современные технологии продаж в туризме: CRM-системы, мобильные приложения, чат-боты.	ОПК-4.У.1
23	Маркетинговые коммуникации в туризме: реклама, PR, стимулирование сбыта.	ОПК-4.У.1
24	Интернет-маркетинг: SEO, контекстная реклама, таргетинг, SMM.	ОПК-4.У.1
25	Управление туристским проектом: жизненный цикл, инициация, планирование.	ОПК-3.У.1
26	Управление рисками в туристско-рекреационных проектах.	ОПК-3.У.1
27	Бизнес-планирование туристского продукта: структура и основные разделы.	ОПК-3.У.1
28	Оценка экономической эффективности туристского проекта (NPV, IRR, срок окупаемости).	ОПК-3.У.1
29	Анализ безубыточности проекта и влияние на региональное развитие.	ОПК-3.У.1
30	Разработка программы продвижения туристского продукта на основе маркетингового исследования. (Задача: составить план продвижения для гипотетического тура).	ОПК-4.У.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1	Понятие рекреации и туристско-рекреационного проектирования.	ОПК-3.3.1

2	Классификация туристских услуг и продуктов.	ОПК-3.3.1
3	Структура турпакета: основные и дополнительные услуги.	ОПК-3.3.1
4	Характеристика основных видов туров (познавательные, рекреационные, деловые и др.).	ОПК-3.3.1
5	Федеральный закон «Об основах туристской деятельности»: основные положения.	ОПК-3.3.1
6	Понятие и принципы стандартизации в туризме (ГОСТ Р, ISO).	ОПК-3.3.1
7	Основы системы менеджмента качества ISO 9001.	ОПК-3.3.1
8	Понятие маркетингового исследования туристского рынка.	ОПК-4.3.1
9	Виды маркетинговых исследований: количественные и качественные.	ОПК-4.3.1
10	Методы сбора первичной информации в туризме (опрос, наблюдение, эксперимент).	ОПК-4.3.1
11	Анализ потребителей: профиль туриста, мотивация, поведение.	ОПК-4.3.1
12	Анализ конкурентов: сбор информации, карта конкурентов.	ОПК-4.3.1
13	Понятие сегментации рынка и её критерии (географические, демографические, психографические).	ОПК-4.3.1
14	Стратегии позиционирования туристского продукта.	ОПК-4.У.1
15	Этапы разработки туристского продукта (от идеи до запуска).	ОПК-3.У.1
16	Подбор поставщиков услуг (транспорт, гостиницы, экскурсионные бюро).	ОПК-3.У.1
17	Основы контрактной работы в туризме.	ОПК-3.У.1
18	Методы расчёта себестоимости и цены тура.	ОПК-3.У.1
19	Составление программы обслуживания туристов (график, экскурсии, питание).	ОПК-3.У.1
20	Логистика тура: выбор маршрута и транспортного обеспечения.	ОПК-3.У.1
21	Показатели качества туристских услуг (объективные и субъективные).	ОПК-3.3.1
22	Методы оценки качества предоставляемых услуг.	ОПК-3.У.1
23	Способы сбора обратной связи от потребителей (анкеты, онлайн-опросы, отзывы).	ОПК-3.У.1
24	Каналы распределения и продаж туристского продукта.	ОПК-4.У.1
25	Роль турагентств и туроператоров в системе продаж.	ОПК-4.У.1
26	Онлайн-платформы для продажи туров (Booking, Aviasales, OTA).	ОПК-4.У.1
27	Инструменты продвижения туристских услуг: реклама, PR, личные продажи.	ОПК-4.У.1
28	Цифровой маркетинг в туризме: социальные сети, контекстная реклама.	ОПК-4.У.1
29	Понятие управление проектами в туризме.	ОПК-3.У.1
30	Основные элементы бизнес-плана туристского проекта.	ОПК-3.У.1

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
1	Разработка туристского продукта для культурно-познавательного туризма в регионе (на примере выбранного субъекта РФ)
2	Проектирование рекреационного маршрута на базе природных ресурсов (на примере национального парка или заповедника)

3	Анализ качества туристских услуг и разработка рекомендаций по его повышению (на примере конкретного туроператора)
4	Маркетинговое исследование рынка туристских услуг и разработка нового продукта (по выбору студента)
5	Разработка программы лояльности для туристской компании с целью повышения повторных продаж
6	Проектирование тура для молодёжной аудитории с использованием современных цифровых технологий (мобильные приложения, интерактивные гиды)
7	Оценка эффективности продвижения туристского продукта в социальных сетях
8	Разработка тура выходного дня для семей с детьми (включая анимационные и образовательные программы)
9	Проектирование экологического тура с учётом принципов устойчивого развития и сохранения окружающей среды
10	Разработка бизнес-плана создания нового туристского продукта (с финансовыми расчётами и оценкой рисков)
11	Управление качеством обслуживания в гостиничном предприятии как части общего туристского продукта
12	Исследование конкурентной среды и разработка стратегии позиционирования туристского продукта
13	Разработка системы менеджмента качества (СМК) для туроператора в соответствии с требованиями ISO 9001
14	Проектирование событийного тура (на примере фестиваля, карнавала, спортивного мероприятия)
15	Оценка потребительской удовлетворённости и разработка мероприятий по улучшению качества услуг
16	Разработка тура для пожилых людей с учётом физических ограничений и специальных потребностей
17	Использование CRM-систем для организации продаж и управления взаимоотношениями с клиентами в туристской фирме
18	Проектирование гастрономического тура (винные, сырные, кулинарные туры) в выбранном регионе
19	Разработка маршрута для активного туризма (пешие, велосипедные, водные походы) с обеспечением безопасности
20	Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта в сфере туристско-рекреационного проектирования
21	Разработка стратегии продвижения нового туристского продукта в интернете (SEO, контекстная реклама, таргетинг)
22	Анализ каналов продаж и выбор оптимальной дистрибуционной стратегии для

	туроператора
23	Проектирование корпоративного тура (тимбилдинг, выездные тренинги, конференции)
24	Разработка рекомендаций по улучшению сервиса на основе анализа отзывов потребителей (онлайн-репутация)
25	Проектирование культурно-исторического тура с использованием музейных и памятниковых ресурсов
26	Исследование влияния рекреационных ресурсов (климатических, гидрологических, ландшафтных) на формирование туристского продукта
27	Разработка проекта по созданию туристского кластера в регионе (структура, участники, механизмы взаимодействия)
28	Оценка качества экскурсионного обслуживания и пути его совершенствования (на примере конкретного бюро)
29	Проектирование тура для иностранных туристов с учётом культурных особенностей и языковых барьеров
30	Разработка стратегии продвижения туристского продукта с использованием влиятельных лиц (инфлюенсеров, блогеров)

Примечание: Студент может выбрать конкретный регион или предприятие по согласованию с руководителем курсовой работы. Темы носят примерный характер и могут быть уточнены с учётом актуальности и доступности информации.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Какой стандарт является основой системы менеджмента качества в туристской индустрии? Варианты ответа: а) ISO 14001 б) ISO 9001 в) ISO 22000 г) ISO 27001	ОПК-3.3.1
2	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие из перечисленных методов относятся к маркетинговым исследованиям туристского рынка? а) кабинетные исследования б) опросы потребителей в) анализ бухгалтерской отчётности	ОПК-4.3.1

	г) фокус-группы д) инвентаризация основных средств	
3	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. А) SWOT-анализ 1. Оценка доли рынка и позиций конкурентов Б) PEST-анализ 2. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз В) анализ конкурентов 3. Изучение политических, экономических, социальных и технологических факторов Г) сегментирование рынка 4. Разделение потребителей на группы по определённым признакам	ОПК-4.3.1
4	Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов разработки туристского продукта. Запишите соответствующую последовательность цифр. Этапы: 1. расчёт себестоимости и цены тура 2. анализ туристско-рекреационных ресурсов и рыночной ситуации 3. формирование программы обслуживания и подбор поставщиков 4. тестирование и корректировка продукта 5. разработка маркетинговой стратегии продвижения	ОПК-3.У.1
5	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите основные элементы системы менеджмента качества (СМК) туроператора в соответствии с ISO 9001. Какие процессы должны быть документированы?	ОПК-3.3.1
6	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Что из перечисленного является наиболее точным определением «позиционирования туристского продукта»? а) определение цены продукта б) создание уникального образа продукта в сознании целевой аудитории в) выбор канала сбыта г) анализ конкурентов	ОПК-4.У.1
7	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие показатели используются для оценки экономической эффективности туристского проекта? а) срок окупаемости (Payback Period) б) чистая приведённая стоимость (NPV) в) внутренняя норма доходности (IRR) г) объём продаж в натуральном выражении д) количество туристов	ОПК-3.У.1
8	Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий при проведении маркетингового исследования туристского рынка. Запишите соответствующую последовательность цифр. Действия: 1. определение цели и задач исследования 2. сбор и обработка данных 3. интерпретация результатов и подготовка отчёта	ОПК-4.3.1

	4. выбор методов исследования (опрос, наблюдение и т.д.) 5. разработка инструментария (анкеты, гайды)	
9	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Предложите план продвижения нового туристского продукта для молодёжной аудитории. Укажите целевые каналы коммуникации, инструменты и ключевые сообщения.	ОПК-4.У.1
10	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Что является ключевым принципом управления качеством в туризме согласно ISO 9001? а) максимизация прибыли б) ориентация на потребителя в) снижение издержек г) увеличение количества услуг	ОПК-3.3.1
11	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие факторы учитываются при сегментировании туристского рынка? а) географические б) демографические (возраст, доход) в) психографические (интересы, стиль жизни) г) климатические д) политические	ОПК-4.3.1
12	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. А) анализ безубыточности 1. Определение минимального объёма продаж для покрытия затрат Б) оценка рисков 2. Идентификация и анализ возможных угроз проекту В) бизнес-план 3. Документ, описывающий стратегию и финансовые показатели проекта Г) рекреационная ёмкость 4. Предельно допустимая нагрузка на территорию без ущерба природе	ОПК-3.У.1
13	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите методику оценки удовлетворённости потребителей качеством туристских услуг. Какие инструменты сбора обратной связи используются и как результаты применяются для улучшения качества?	ОПК-3.У.1

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

Вводная часть – постановка цели и задач лекции, актуализация темы, связь с предыдущим материалом, краткое описание практической значимости рассматриваемых вопросов.

Основная часть – последовательное изложение теоретического материала по ключевым вопросам темы с использованием мультимедийной презентации (слайды, схемы, таблицы, графики, фотографии объектов), демонстрацией фрагментов учебных фильмов или видеороликов из практики туристской деятельности. В ходе изложения преподаватель даёт определения основных понятий, раскрывает методологические подходы, приводит статистические данные и примеры из реальной практики туроператоров и турагентств.

Интерактивный блок – включение слушателей в обсуждение проблемных вопросов (управляемая дискуссия, мозговой штурм, ответы на короткие вопросы), разбор конкретной ситуации (кейса) из профессиональной сферы, решение мини-задачи (например, расчёт стоимости тура, выбор сегмента, оценка качества), что позволяет закрепить теоретические положения.

Заключительная часть – обобщение ключевых выводов, формулировка основных результатов лекции, рекомендации по самостоятельному изучению дополнительных источников, постановка вопросов для самопроверки, а также задание на подготовку к предстоящему практическому занятию (семинару).

Раздаточные материалы – при необходимости преподаватель предоставляет краткие конспекты, опорные схемы, шаблоны документов (например, анкеты для маркетингового исследования, чек-листы контроля качества) для использования в ходе лекции и в самостоятельной работе.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Подготовка студентов: каждый обучающийся обязан ознакомиться с планом занятия и рекомендованной литературой по теме, повторить теоретический материал лекции, иметь при себе конспект, черновики и необходимые раздаточные материалы (шаблоны анкет, схемы, таблицы), которые заранее размещаются в электронном курсе.

Активное участие: в ходе занятия студенты выполняют практические задания индивидуально или в малых группах (2–4 человека) в зависимости от формы (решение кейсов, деловые игры, разработка анкет, расчёт туров, SWOT-анализ и т.п.). Каждый участник группы должен вносить реальный вклад в общий результат; преподаватель ведёт контроль участия с помощью листов наблюдения.

Использование интерактивных методов: преподаватель организует работу с использованием управляемой дискуссии, мозгового штурма, ролевых и деловых игр, имитационного моделирования. Студенты обязаны активно взаимодействовать друг с другом и преподавателем, высказывать аргументированные суждения, аргументировать предлагаемые решения, задавать уточняющие вопросы.

Обратная связь: по итогам каждого занятия преподаватель проводит краткий разбор ошибок, комментирует лучшие решения, выставляет баллы в рейтинговую систему. При необходимости даются индивидуальные консультации и рекомендации по устранению пробелов.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.
Учебным планом не предусмотрено.

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы

Курсовой проект/ работа проводится с целью формирования у обучающихся опыта комплексного решения конкретных задач профессиональной деятельности.

Курсовой проект/ работа позволяет обучающемуся:

систематизировать и углубить теоретические знания, полученные в ходе изучения дисциплины, применительно к решению конкретной профессиональной задачи;

самостоятельно провести маркетинговое исследование туристского рынка, проанализировать потребителей и конкурентов, выявить перспективные ниши;

разработать реальный туристский продукт (тур, турпакет, программу обслуживания) с учётом требований качества, стандартов и пожеланий целевой аудитории;

обосновать организационно-управленческие решения по формированию, продвижению и продажам разработанного продукта с применением современных технологий;

оценить экономическую эффективность проекта, рассчитать основные финансовые показатели (себестоимость, цену, рентабельность, срок окупаемости) и провести анализ безубыточности;

применить инструменты менеджмента качества (ISO 9001, методы контроля, работа с обратной связью) для обеспечения требуемого уровня обслуживания;

развить навыки самостоятельной работы с нормативно-правовой, научной и статистической информацией, а также с программными продуктами (Excel, CRM-системы, онлайн-платформы);

публично представить и защитить результаты своей работы, аргументированно отвечать на вопросы и отстаивать собственные проектные решения;

выявить сильные и слабые стороны собственной профессиональной подготовки и наметить пути дальнейшего самообразования.

Структура пояснительной записки курсового проекта/ работы

Пояснительная записка курсовой работы начинается с титульного листа и задания руководителя, далее следуют реферат и оглавление.

Во введении обосновывается актуальность, формулируются цель, задачи, объект и предмет исследования.

Основная часть состоит из трёх глав: теоретической (понятия, ресурсы, нормативная база, методы маркетинга), аналитической (анализ рынка, потребителей, конкурентов, SWOT, выбор сегмента и позиционирование) и проектной (разработка туристского продукта, программа тура, расчёт себестоимости и цены, план продаж и продвижения, контроль качества, оценка экономической эффективности с расчётами NPV, IRR, срока окупаемости и точки безубыточности).

Завершают работу заключение с выводами и рекомендациями, список использованных источников (не менее 20 наименований) и приложения с анкетами, таблицами, маршрутами и рекламными макетами.

Общий объём – 25–45 страниц, оформление по ГОСТ (шрифт Times New Roman 14, полуторный интервал, поля 30/15/20/20 мм). Работа сдаётся на проверку руководителю на 15-й неделе, защита проходит в период экзаменационной сессии 9-го семестра.

Требования к оформлению пояснительной записки курсового проекта/ работы

Курсовая работа имеет следующую структуру:

- титульный лист; (есть на сайте <https://guap.ru/standart/doc>)
- содержание;
- введение;
- три раздела;
- заключение;
- список использованных источников (обязательно с использованием электронных ресурсов).

РАБОТА ДОЛЖНА БЫТЬ ОФОРМЛЕНА ПО ГОСТ-стандартам:
<https://guap.ru/standart/doc>

Объем курсовой работы должен составлять не менее 25-45 страниц машинописного текста через 1,5 интервала 14 шрифтом.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет ему развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом вовремя, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль успеваемости по дисциплине «Туристско-рекреационное проектирование» направлен на систематическую оценку уровня освоения учебного материала, выявление пробелов в знаниях и своевременную корректировку процесса обучения. Контроль осуществляется в течение всего семестра в следующих формах:

устные и письменные опросы на практических занятиях – проверка понимания теоретических положений и умения применять их при решении ситуационных задач;

выполнение и защита практических работ (кейсы, деловые игры, расчётные задания, разработка маркетинговых анкет, SWOT-анализ и т.п.) – оценивается полнота, корректность расчётов, аргументированность выводов и качество презентации результатов;

тестирование – проводится по завершении каждого раздела для оперативной проверки знаний базовых терминов, нормативных документов и методов;

контроль выполнения курсовой работы – в 9-м семестре осуществляется поэтапно (проверка плана, введения, расчётной части) с обязательной предзащитой.

Все виды работ оцениваются в баллах по 100-балльной модульно-рейтинговой системе ГУАП. Максимальное количество баллов за семестр распределяется между формами контроля пропорционально их трудоёмкости. Пороговый уровень для допуска к промежуточной аттестации – не менее 40 баллов из 100 за семестр.

Результаты текущего контроля накапливаются и учитываются при выставлении итоговой оценки на дифференцированном зачёте (8-й семестр) и экзамене (9-й семестр): рейтинг служит основой для освобождения от части вопросов или для повышения итогового балла. При неудовлетворительных результатах текущего контроля студент обязан выполнить дополнительные задания и ликвидировать задолженности в установленные преподавателем сроки.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». (9 семестр).

- дифференцированный зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся при изучении дисциплины, при выполнении курсовых проектов, курсовых работ, научно-исследовательских работ и прохождении практик с аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». (8 семестр).

Подготовка к дифференцированному зачёту (8 семестр):

Зачёт проводится по билетам (2 теоретических вопроса) или в форме тестирования (по решению кафедры).

Для подготовки следует повторить материалы лекций, практических занятий, а также самостоятельно изученные темы по разделам 1–3.

Особое внимание уделить понятийному аппарату, классификациям, методам маркетинговых исследований, этапам проектирования туристского продукта и расчёту стоимости тура.

Рекомендуется проработать типовые задачи (расчёт цены, сегментирование, анализ конкурентов).

На зачёте студент должен кратко ответить на вопросы, показать умение применять теорию к практическим ситуациям. Оценка выставляется по шкале «отлично» / «хорошо» / «удовлетворительно» / «неудовлетворительно».

Подготовка к экзамену (9 семестр):

Экзамен охватывает весь курс (разделы 1–6). Проводится по билетам, включающим два теоретических вопроса и практическую задачу.

Для успешной сдачи необходимо повторить все темы, акцентируя внимание на вопросах управления качеством, продаж и продвижения, а также оценки эффективности проектов.

Практическая задача может быть связана с расчётом экономических показателей (NPV, IRR, срок окупаемости), анализом безубыточности, разработкой плана маркетинга или оценкой качества.

Ответ должен быть структурированным, логичным, с использованием профессиональной терминологии, примерами из практики и ссылками на нормативные акты.

Допускается использование справочных материалов (по согласованию с преподавателем). Экзамен оценивается по 5-балльной шкале.

Защита курсовой работы (9 семестр):

Студент представляет пояснительную записку и краткую презентацию (до 7 минут), в которой освещает актуальность, цель, основные результаты и экономическую эффективность проекта.

После доклада студент отвечает на вопросы комиссии по содержанию работы и теоретическим аспектам дисциплины.

Оценка зависит от качества выполнения работы, обоснованности решений, оформления и умения защищать свои выводы.

К защите допускаются только студенты, выполнившие все требования к содержанию и оформлению, с положительным отзывом руководителя.

Общие рекомендации:

Перед аттестацией ознакомиться с перечнем вопросов (таблицы 15 и 16) и проработать все темы.

Использовать конспекты, учебники, нормативные документы и электронные ресурсы.

При необходимости получить индивидуальные консультации у преподавателя.

Соблюдать регламент ответа, чётко формулировать мысли, приводить аргументы и примеры.

В случае получения неудовлетворительной оценки предусмотрена передача в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой

Система оценивания тестовых заданий

Тестирование определяется пятью типами вопросов – 4 закрытых вопроса, предусматривающие выбор вариантов ответов и их обоснование и 1 открытый вопрос, предусматривающий развернутый ответ с аргументированием и примерами). Система оценивания заключается в следующем:

1 тип. Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип. Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип. Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип. Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр.

Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип. Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД, содержатся в таблице 1П данного приложения.

Таблица 1П – Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Какой стандарт является основой системы менеджмента качества в туристской индустрии? Варианты ответа: а) ISO 14001 б) ISO 9001 в) ISO 22000 г) ISO 27001	ОПК-3.3.1
2	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.	ОПК-4.3.1

	Вопрос: Какие из перечисленных методов относятся к маркетинговым исследованиям туристского рынка? а) кабинетные исследования б) опросы потребителей в) анализ бухгалтерской отчётности г) фокус-группы д) инвентаризация основных средств	
3	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. А) SWOT-анализ 1. Оценка доли рынка и позиций конкурентов Б) PEST-анализ 2. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз В) анализ конкурентов 3. Изучение политических, экономических, социальных и технологических факторов Г) сегментирование рынка 4. Разделение потребителей на группы по определённым признакам Ответ: А2, Б3, В1, Г4.	ОПК-4.3.1
4	Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов разработки туристского продукта. Запишите соответствующую последовательность цифр. Этапы: 1. расчёт себестоимости и цены тура 2. анализ туристско-рекреационных ресурсов и рыночной ситуации 3. формирование программы обслуживания и подбор поставщиков 4. тестирование и корректировка продукта 5. разработка маркетинговой стратегии продвижения Ответ: 2, 3, 1, 5, 4.	ОПК-3.У.1
5	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите основные элементы системы менеджмента качества (СМК) туроператора в соответствии с ISO 9001. Какие процессы должны быть документированы? Примерный ответ: СМК включает: политику в области качества, планирование, управление ресурсами, процессы жизненного цикла (проектирование, продажи, обслуживание), мониторинг и измерения, постоянное улучшение. Документируются: политика и цели, руководство по качеству, процедуры (управление документацией, внутренние аудиты, управление несоответствиями), записи (анкеты, жалобы, отчёты).	ОПК-3.3.1
6	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Что из перечисленного является наиболее точным определением «позиционирования туристского продукта»? а) определение цены продукта б) создание уникального образа продукта в сознании целевой аудитории в) выбор канала сбыта г) анализ конкурентов	ОПК-4.У.1
7	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.	ОПК-3.У.1

	Вопрос: Какие показатели используются для оценки экономической эффективности туристского проекта? а) срок окупаемости (Payback Period) б) чистая приведённая стоимость (NPV) в) внутренняя норма доходности (IRR) г) объём продаж в натуральном выражении д) количество туристов					
8	Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий при проведении маркетингового исследования туристского рынка. Запишите соответствующую последовательность цифр. Действия: 1. определение цели и задач исследования 2. сбор и обработка данных 3. интерпретация результатов и подготовка отчёта 4. выбор методов исследования (опрос, наблюдение и т.д.) 5. разработка инструментария (анкеты, гайды) Ответ: 1, 4, 5, 2, 3.	ОПК-4.3.1				
9	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Предложите план продвижения нового туристского продукта для молодёжной аудитории. Укажите целевые каналы коммуникации, инструменты и ключевые сообщения. Примерный ответ: Целевая аудитория – молодёжь 18–30 лет. Каналы: соц сети, блогеры-путешественники, платформы студенческих скидок. Инструменты: таргетированная реклама, конкурсы, интерактивные сторис, видеоролики, отзывы реальных участников. Ключевые сообщения: «Эмоции и драйв», «Доступные цены для студентов», «Уникальный опыт», «Экологичность и ответственность».	ОПК-4.У.1				
10	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Что является ключевым принципом управления качеством в туризме согласно ISO 9001? а) максимизация прибыли б) ориентация на потребителя в) снижение издержек г) увеличение количества услуг	ОПК-3.3.1				
11	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие факторы учитываются при сегментировании туристского рынка? а) географические б) демографические (возраст, доход) в) психографические (интересы, стиль жизни) г) климатические д) политические	ОПК-4.3.1				
12	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. <table><tr><td>А) анализ безубыточности</td><td>1. Определение минимального объёма продаж для покрытия затрат</td></tr><tr><td>Б) оценка рисков</td><td>2. Идентификация и анализ возможных угроз проекту</td></tr></table>	А) анализ безубыточности	1. Определение минимального объёма продаж для покрытия затрат	Б) оценка рисков	2. Идентификация и анализ возможных угроз проекту	ОПК-3.У.1
А) анализ безубыточности	1. Определение минимального объёма продаж для покрытия затрат					
Б) оценка рисков	2. Идентификация и анализ возможных угроз проекту					

	В) бизнес-план 3. Документ, описывающий стратегию и финансовые показатели проекта Г) рекреационная ёмкость 4. Предельно допустимая нагрузка на территорию без ущерба природе Ответ: А1, Б2, В3, Г4.	
13	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите методику оценки удовлетворённости потребителей качеством туристских услуг. Какие инструменты сбора обратной связи используются и как результаты применяются для улучшения качества? Примерный ответ: Методика включает сбор обратной связи через анкеты, онлайн-опросы, мониторинг отзывов на туристических платформах, тайного покупателя, анализ жалоб и претензий. Данные систематизируются, рассчитываются индексы удовлетворённости (CSI, NPS). Результаты используются для корректировки программ туров, обучения персонала, улучшения сервиса, внедрения стандартов и повышения рейтинга компании.	ОПК-3.У.1