



«УТВЕРЖДАЮ»  
Директор Института СПО  
М.А. Харламова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МДК.03.03 Проектирование турпродукта**

**43.02.10 Туризм**

Форма обучения: **очная**

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «7» мая 2014 г. N 474.

*Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО:*

Учебная дисциплина **МДК.03.03 Проектирование турпродукта** входит в перечень дисциплин профессионального модуля ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг.

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела.

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела.

Разработчик(и) рабочей программы: Карасева Г.Ю., ст. преподаватель кафедры Т и ГД

Рецензент: к.ф.н., доцент Скроботова О.В.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** **МДК.03.03 Проектирование турпродукта**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительной профессиональной подготовке в рамках специальности СПО 43.02.10 Туризм.

#### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Учебная дисциплина **МДК.03.03 Проектирование турпродукта** в соответствии с учебным планом программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10 Туризм представлена в профессиональном модуле ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг.

#### **1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

##### **уметь:**

- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.

##### **знать:**

- планирование программ турпоездки;
- основные правила и методику составления программ туров;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.

##### **Иметь практический опыт:**

- планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета.
- предоставления сопутствующих услуг

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данной специальности:

##### **а) общих (ОК):**

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

**б) профессиональных (ПК):**

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

**максимальной** учебной нагрузки обучающегося 126 часов, в том числе:

**обязательной** аудиторной учебной нагрузки обучающегося 92 часа;

**самостоятельной** работы обучающегося 34 часа.

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>126</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>92</b>
в том числе:	
лекционные занятия	46
лабораторные занятия	-
практические занятия	46
в том числе практическая подготовка	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>34</b>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
<i>Рефераты, домашняя работа</i>	34
<i>Промежуточная аттестация в форме: дифференцированный зачет 5 семестр</i>	

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины**  
**МДК.03.03 Проектирование турпродукта**

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3		
МДК.03.03 Проектирование турпродукта				
Тема 1. Концепция создания турпродукта	1. Теория турпродукта. 2. Содержание турпродукта. 3. Понятие турпродукта и схема его разработки. 4. Турпакет и его виды. 5. Формирование привлекательного турпродукта. 6. Классификация групп клиентов. 7. Концепция гостеприимства (страховые барьеры; факторы, влияющие на приспособляемость туристов к чужой культуре; способы преодоления барьеров). 8. Классы обслуживания. Практические занятия: 1. Турпродукт как комплекс туристских услуг 2. Структура, уровни и формы туристского продукта Стратегии менеджмента туристского продукта	ЛК/ПЗ	16	2,3
Тема 2 Проектирование тура	1. Туристские мотивы. 2. Требования к проектированию тура.	ЛК/ПЗ	16	3
Тема 3 Программы обслуживания	1. Тематическая направленность программ обслуживания. 2. Планирование и формирование программы обслуживания туристов. 3. Особенности формирования выездных туров. 4. Технологии организации выездных туров.	ЛК/ПЗ	16	2
Тема 4 Поставщики	1. Переговоры с поставщиками услуг. Договор между туроператорами.	ЛК/ПЗ	12	2

услуг	2. Подготовка к договорной компании. 3. Девять правил психологического подхода к ведению переговоров. 4. Оформление договора. Необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг. 5. Договор между рецептивным и инициативным туроператорами (ТО-ТО) при организации инклюзив-тура, заказного тура. 6. Существенные условия оформления сделки купли-продажи туров. 7. Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на туре. 8. Ответственность туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура. 9. Схемы работы туроператора по реализации и организации туров. 10. Идентификация поставщиков услуг. 11. Комплексное соответствие предлагаемых услуг определенному клиенту.			
<b>Тема 5 Планирование тура</b>	1. Оформление взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг. 2. Разделы договорного плана. 3. Состав договорного плана туроператора. 4. Типичная временная шкала для летней туроперейтинговой программы. <b>Практические занятия</b> 1. Сегментирование рынка. 2. Маркетинговые технологии в анализе туристского рынка.	<b>ЛК/ПЗ</b>	<b>16</b>	<b>2</b>
<b>Тема 6. Ценообразование в туроперейтинге</b>	1. Цена в комплексе маркетинга туроператора 2. Цели и методы ценообразования. 3. Ценовые стратегии и тактики 4. Издержки производства и себестоимость турпродукта 5. Расчет окончательной цены турпродукта	<b>ЛК/ПЗ</b>	<b>16</b>	<b>2,3</b>
Самостоятельная работа			<b>34</b>	
<b>ИТОГО</b>			<b>126</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует:

##### **Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

##### **Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- интерактивная доска.

#### **3.4. Перечень источников, необходимых для освоения дисциплины. Методические материалы.**

##### **Основные источники:**

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509812> (дата обращения: 15.06.2022).

##### **Дополнительные источники:**

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495450> (дата обращения: 15.06.2022).

2. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495452> (дата обращения: 15.06.2022).

3. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489805> (дата обращения: 15.06.2022).

4. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)

##### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

[www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) - Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)

[www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба федеральной статистики

<http://www.turpoisk.ru/> - Туристическая поисковая система

<http://ruspo.ru/> - Туристическая система

[www.atorus.ru](http://www.atorus.ru) - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России

<https://www.rostourunion.ru/> - Официальный сайт Российского союза туриндустрии

[www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru) - Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения по учебной дисциплине	Формируемые компетенции	Оценочные средства по дисциплине
<b>Уметь:</b> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; обрабатывать информацию и анализировать результаты; налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; работать с информационными и справочными материалами; составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; составлять турпакеты с использованием иностранного языка; анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;	ОК 2, ОК 4, ОК 5, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК	Комплект заданий для тестирования Задания для контрольной работы Темы рефератов Вопросы к диф. зачету



<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>виды рекламного продукта;</li> <li>правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</li> <li>способы обработки статистических данных;</li> <li>планирование программ турпоездок;</li> <li>основные правила и методики составления программ туров;</li> <li>методы работы с базами данных;</li> <li>методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</li> <li>правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;</li> <li>способы устранения проблем, возникающих во время тура;</li> <li>методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;</li> <li>основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</li> <li>правила бронирования туруслуг;</li> <li>методику организации рекламных туров;</li> <li>основы маркетинга и</li> </ul>		
---	--	--

<p>методику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>технику проведения рекламной кампании;</p> <p>методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;</p> <p>правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;</p> <p>техники эффективного делового общения, протокол и этикет;</p> <p>специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.</p> <p>Иметь практический опыт: взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;</p> <p>работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;</p>		
--	--	--

### ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Дополнения и изменения в рабочей программе на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ уч. год.

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры \_\_\_\_\_  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_