

«УТВЕРЖДАЮ»
И. о. директора института СПО
Моргачева Н. В.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОПЦ.11 Проектирование турпродукта

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Базовый уровень подготовки

Форма обучения: **очная**

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» декабря 2022 г. № 1100.

Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО ОПЦ. 11 «Проектирование турпродукта»

Учебная дисциплина «Проектирование турпродукта» входит в перечень дисциплин общепрофессионального цикла.

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела.

Разработчик(и) рабочей программы

Полякова Ирина Евгеньевна, к. филол. наук, доцент

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 ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности или СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительной профессиональной подготовке в рамках специальности СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Проектирование турпродукта» относится к общепрофессиональному циклу дисциплин профессиональной подготовки, направлена на формирование следующих компетенций: ОК 02, ПК 2.1.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;

Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями;

Владеть культурой межличностного общения;

Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры;

Владеть техникой количественной оценки и анализа информации;

Владеть методикой хранения и поиска информации;

Вести документацию, хранение и извлечение информации;

Пользоваться компьютерными программами бронирования туров;

Осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа;

Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные;

Формировать банки данных.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:
номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;

Законодательство Российской Федерации в сфере туризма;

Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности;

Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов;

Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги;

Системы бронирования услуг;

Организацию работы с запросами туристов;
 Требования к оформлению и учету заказов;
 Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов;
 Виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций;
 Программное обеспечение деятельности туристских организаций;
 Этику делового общения;
 Основы делопроизводства;
 Правила внутреннего трудового распорядка;
 Правила по охране труда и пожарной безопасности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ООП СПО по данному направлению подготовки (специальности):

а) общих (ОК):

- Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности (ОК 02).

б) профессиональных (ПК):

- Оформлять и обрабатывать заказы клиентов (ПК 2.1).

1.4.Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 51 час, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 46 часов;
 самостоятельной работы обучающегося 1 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	51
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	46
в том числе:	
лекционные занятия	22
лабораторные занятия	-
практические занятия	22
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	1
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>	-
Домашняя работа	1
<i>Промежуточная аттестация в форме (указать): экзамен</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Проектирование турпродукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Концепция создания турпродукта	Содержание учебного материала, лекции	4	
	1 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		1
	Практические занятия	2	
	1 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		
Тема 2. Проектирование тура.	Содержание учебного материала	4	
	1 1. Туристские мотивы. 2. Требования к проектированию тура		1,2
	Практические занятия		
	1 1. Туристские мотивы. 2. Требования к проектированию тура	4	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся		
	1 Проектирование тура.	1	3
Тема 3. Программы обслуживания	Содержание учебного материала	2	
	1 1. Тематическая направленность программ обслуживания. 2. Планирование и формирование программы обслуживания туристов. 3. Особенности формирования выездных туров. 4. Технологии организации выездных туров		1,2
	Практические занятия		
	1 1. Тематическая направленность программ обслуживания. 2. Планирование и формирование программы обслуживания туристов. 3. Особенности формирования выездных туров. 4. Технологии организации	4	2,3

	выездных туров		
Тема 4. Поставщики услуг	Содержание учебного материала		
	1 1. Переговоры с поставщиками услуг. Договор между туроператорами. 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 (ТОТО) 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.	2	1
	Практические занятия		
	1 1. Переговоры с поставщиками услуг. Договор между туроператорами. 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 (ТОТО) 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.	2	2,3
	Контрольная работа		
	1 Схемы работы туроператора по реализации и организации туров	2	3
Тема 5. Планирование тура	Содержание учебного материала		
	1 1. Оформление взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг. 2. Разделы договорного плана. 3. Состав договорного плана туроператора. 4. Типичная временная шкала для летней туроперейтинговой программы.	2	1
	Практические занятия		
	1 1. Сегментирование рынка. 2. Маркетинговые технологии в анализе туристского рынка.	2	2,3
	Контрольная работа	2	3
	1 Составление договорного плана туроператора		
Тема 6. Ценообразование в туроперейтинге.	Содержание учебного материала		
	1 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	2	1,2
	Практические занятия		
	1 1. Цена в комплексе маркетинга туроператора 2. Цели и методы	2	2,3

	ценообразования. 3. Ценовые стратегии и тактики 4. Издержки производства и себестоимость турпродукта 5. Расчет окончательной цены турпродукта		
	Консультация	2	
	Всего:	51	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия лаборатории технической механики. 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. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

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: 15.07.2023)

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

Интернет-ресурсы

- www.gks.ru - Федеральная служба федеральной статистики <http://www.turpoisk.ru/>
- Туристическая поисковая система <http://ruspo.ru/>
- Туристическая система www.atorus.ru
- Официальный сайт Ассоциации туроператоров России <https://www.rostourunion.ru/>
- Официальный сайт Российского союза туриндустрии 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 (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
знать: номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; Законодательство Российской Федерации в сфере туризма; Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности; Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов; Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги; Системы бронирования услуг; Организацию работы с запросами туристов; Требования к оформлению и учету заказов; Порядок контроля за	ОК 02, ПК 2.1	Задания для контрольной работы Рефераты Комплект заданий для тестирования Вопросы для экзамена.

<p>прохождением и выполнением заказов; Виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций; Программное обеспечение деятельности туристских организаций; Этику делового общения; Основы делопроизводства; Правила внутреннего трудового распорядка; Правила по охране труда и пожарной безопасности</p>		
<p>уметь: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями; Владеть культурой межличностного общения; Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные</p>	<p>ОК 02, ПК 2.1</p>	<p>Задания для контрольной работы Рефераты Комплект заданий для тестирования Вопросы для экзамена.</p>

<p>переговоры;</p> <p>Владеть техникой количественной оценки и анализа информации;</p> <p>Владеть методикой хранения и поиска информации;</p> <p>Вести документацию, хранение и извлечение информации;</p> <p>Пользоваться компьютерными программами бронирования туров;</p> <p>Осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа;</p> <p>Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные;</p> <p>Формировать банки данных</p>		
---	--	--