



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

Топчий А.В.

«16» декабря 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента туризма и гостеприимства

Овчаренко Н.П.

«16» декабря 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Дизайн туризма
Направление подготовки 43.04.02 Туризм
Управление в индустрии туризма
Форма подготовки очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 516

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства протокол от «16» декабря 2021 г. № 2/1

Директор Департамента туризма и гостеприимства: канд. техн. наук, доцент Овчаренко Н.П.

Составитель: канд. геогр. наук., доцент Л.Н. Деркачева

Владивосток
2022

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

.2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

5 Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

6. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента туризма и гостеприимства и утверждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол от « ____ » _____ 202 г. № _____

Аннотация дисциплины

Дизайн туризма

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы /108 часов. Является дисциплиной обязательной части, изучается на 1 курсе в 1 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 9 часов, практические занятия 9 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 90 часов.

Язык реализации русский

Цель: формирование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области территориальной организации туризма и разработки стратегий развития туристских территорий.

Задачи:

- формирование понимания туристской территории и туристской дестинации как своеобразного продукта;
- изучение методических подходов к инвентаризации и оценке потенциала развития туризма территории;
 - формирование практических навыков сбора, обработки, анализа информации с целью оценки потенциала развития туризма территории, изучения рыночного спроса, потребностей туристов.
 - формирование навыков разработки маркетинговых стратегий и программ развития туристских территорий;
 - формирование практических навыков работы с нормативно-правовой и туристской документацией.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений (ОПК-5), полученные в рамках изучения дисциплины «Экономика впечатлений»

Обучающийся должен быть готов к прохождению производственных (проектно-технологической и организационно-управленческой) практик, формирующей компетенции:

- способность разрабатывать новые туристские проекты,

соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании (ПК-3).

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результат обучения по дисциплине)
Проектный	ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	ОПК-1.1 Формирует технологическую концепцию туристской организации	Знает: - понятийный аппарат и специфические особенности туристских дестинаций; - алгоритм и подходы к интегральной многофакторной оценке туристско-рекреационного потенциала. Умеет: - провести глубинную проработку методик оценки туристско-рекреационного потенциала территории. - выбрать методику оценки туристско-рекреационного потенциала в зависимости от поставленной цели,
		ОПК-1.2 Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	Знает инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала Умеет: - определить параметры оценки по группам факторов, критерии и шкалы оценки параметров. . - рассчитать интегральный показатель туристско-рекреационного потенциала исследуемой территории
		ОПК-1.3 Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	Знает - источники сбора информации: данные официальной статистики и экспертного опроса. Умеет - использовать цифровые технологии при сборе и обработке полученного материала

	<p>ОПК 4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма</p>	<p>ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма</p>	<p>Знает - маркетинговые стратегии дестинации (продуктово-рыночные, альтернативные, конкуренто-ориентированные, стратегии позиционирования). Умеет: - грамотно ориентироваться в информации, необходимой для обоснования стратегии развития дестинации в зависимости от поставленной цели; -</p>
		<p>ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельности организаций сферы туризма</p>	<p>Знает - основные составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций - инструментарий системы маркетинговых коммуникаций Умеет - применить маркетинговый инструментарий при продвижении туристских дестинаций - собирать сведения и готовить информационную базу для разработки стратегии продвижения туристской дестинации - определять цели коммуникации; - определять целевой рынок и целевые аудитории для охвата новых потребителей зеленого (сельского) туризма. - определять медиа цели</p>
		<p>ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма</p>	<p>Знает - как сформировать бюджет программы продвижения туристской дестинации; - способы оценки эффективности технологий по продвижению Умеет: - оценить эффективность применения разных инструментов продвижения туристской дестинации</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Дизайн туризма» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-дискуссия.

1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель: приобретение компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области проектирования территориально локализованных туристских продуктов и разработки стратегий развития туристских территорий.

Задачи:

- формирование понимания туристской территории и туристской дестинации как субъекта экономики туризма и элемента туристской системы; изучение методических подходов к диагностике ситуации, инвентаризации и оценке потенциала развития туризма территории;
- формирование практических навыков сбора, обработки, анализа информации с целью оценки потенциала развития туризма территории, изучения рыночного спроса, потребностей туристов.
- формирование навыков разработки маркетинговых стратегий и программ развития туристских территорий;
- формирование практических навыков работы с нормативно-правовой и туристской документацией.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются общепрофессиональные компетенции ОПК-1 и ОПК-4

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Проектный	ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	ОПК-1.1 Формирует технологическую концепцию туристской организации
		ОПК-1.2 Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма
		ОПК-1.3 Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма
	ОПК 4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма
		ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы туризма
		ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.1 Формирует технологическую концепцию туристской организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфические особенности туристских дестинаций: российский и зарубежный опыт развития. - алгоритм и подходы к интегральной многофакторной оценке туристско-рекреационного потенциала. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести глубинную проработку методик оценки туристско-рекреационного потенциала территории. - выбрать методику оценки туристско-рекреационного потенциала в зависимости от поставленной цели,
ОПК-1.2 Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	<p>Знает инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить параметры оценки по группам факторов, критерии и шкалы оценки параметров. . - рассчитать интегральный показатель туристско-рекреационного потенциала исследуемой территории
ОПК-1.3 Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - источники сбора информации: данные официальной статистики и экспертного опроса. <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать цифровые технологии при сборе и обработке полученного материала
ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые инструменты в управлении туристскими дестинациями; - маркетинговые стратегии дестинации (продуктово-рыночные, альтернативные, конкуренто-ориентированные, стратегии позиционирования).
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбрать и обосновать конкурентную стратегию дестинации в зависимости от поставленной цели; - определить: миссию туристской дестинации; качественные и количественные маркетинговые цели дестинации.
ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельности организаций сферы туризма	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций - инструментарий системы маркетинговых коммуникаций
	<p>Умеет применить маркетинговый инструментарий при продвижении туристских дестинаций</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбора сведений и подготовки информационной базы для разработки стратегии продвижения туристской дестинации - определять цели коммуникации; - определять целевой рынок и целевые аудитории для охвата новых потребителей зеленого (сельского) туризма. - определять медиа цели

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - как сформировать бюджет программы продвижения туристской дестинации; - способы оценки эффективности технологий по продвижению <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценить эффективность применения разных инструментов продвижения туристской дестинации

II. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 академических часов).

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Контроль	Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		
	Тема 1. Введение в предмет, цели и задачи дисциплины в учебном процессе. Туристские территории как субъекты экономики туризма и как элемент туристской системы.	1	2	0	2		8		
	Тема 2. Ресурсный подход к развитию туристской дестинации: оценка ресурсов и потенциала развития туризма территории.	1	2	0	2		20		
	Тема 3. Клиенто-ориентированный подход к развитию туристской дестинации.	1	2	0	2		26		
	Тема 4. Туристские кластеры как инструмент комплексного развития туризма	1	1		1		14		
	Тема 5. Формирование стратегии развития туризма.	1	2		2		22		
	Итого:		9	0	9		90	Зачет.	

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Тема 1. Введение в предмет, цели и задачи дисциплины в учебном процессе. Туристские территории как субъекты экономики туризма и как элемент туристской системы.

Цели и задачи дисциплины. Туристские дестинации как основные элементы туристских систем. Основные подходы к определению туристской дестинации: географический подход, клиенто-ориентированный подход. Специфика подходов. Требования к туристским дестинациям. Привлекательность туристской территории как главный критерий ее определения как туристской дестинации. Первичные и вторичные туристские дестинации. Жизненный цикл, фазы и диалектика развития туристской дестинации.

Тема 2. Ресурсный подход к развитию туристской дестинации: оценка ресурсов и потенциала развития туризма территории.

Туристские ресурсы и потенциал территории. Классификация туристских ресурсов. Классификация туристских ресурсов по генезису. Понятие и сущность туристского потенциала как субъективная категория. Структура туристского потенциала. Формы оценки туристских ресурсов, факторов и условий. Подходы к экономической оценке туристских объектов. Основные этапы интегральной оценки. Критерии и свойства оценки. Нормирование, шкалирование, ранжирование. Паспортизация, инвентаризация и кадастр туристских ресурсов. Методическое обеспечение системы паспортизации, инвентаризация и кадастр туристских ресурсов. Унифицированный туристский паспорт региона: разделы, решаемые задачи. .

Тема 3. Клиенто-ориентированный подход к развитию туристской дестинации. Факторы, определяющие привлекательность туристской дестинации. Оценка туристской привлекательности туристской дестинации. Основные факторы, определяющие привлекательность туристской дестинации. Конкурентоспособности туристских территорий как инструмент стратегического планирования развития туризма.

Тема 4. Туристские кластеры как инструмент комплексного развития туристской дестинации.

Современные подходы к категории «туристский кластер». Обобщенная схема туристского кластера. Модель туристского кластера с позиции системно-агломерационного подхода. Составляющие туристского кластера: ключевые элементы, спектр связующих элементов, обеспечивающих интеграцию основных компонентов и перечень

стейкхолдеров, имеющих свои интересы в функционировании кластера. Основные направления кластерной политики. Кластерный подход как инструмент повышения конкурентоспособности туристской дестинации.

Тема 5. Формирование стратегии развития туризма.

Стратегии территориального развития туризма на основе современных концепций организации туристского пространства и жизненного цикла туристских дестинаций. Цель разработки стратегий. Основные задачи, решаемые практическим маркетингом туристских территорий. Маркетинговый инструментарий, методы и приемы, показатели отражающие специфику туристской дестинации. Цели маркетинга территорий.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. Туристская дестинация как инструмент успешного развития туризма.

Практическая работа № 1. «Современные подходы к определению дефиниций «туристская дестинация» и «туристская территория» на основе работ зарубежных и российских авторов (индивидуальная самостоятельная работа).

Дискуссия на тему: «Туристская дестинация» и «туристская территория»: общее и особенное.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. Географический подход к развитию туристских дестинаций.

Вопросы для обсуждения

1. Специфика географического подхода к развитию туристских дестинаций.
2. Ресурсы туристской сферы дестинации и условия ее формирования

Практическое занятие 3. Туристские ресурсы и потенциал как основа развития туристских территорий.

Вопросы для обсуждения:

1. Туристско-рекреационные ресурсы и туристско-рекреационный потенциал: определение понятий, общее и особенное;
2. Туристская территория и туристская дестинация: общее и особенное;
3. Паспортизация туристских дестинаций;
4. Структура паспорта территории;
5. Кадастр туристских ресурсов;
6. Ресурсы и условия формирования туристских территорий.

Практическая работа № 2 . Выполнение индивидуальной работы:
Анализ методик оценки туристского потенциала территории.

Практическая работа № 3 Оценка туристского потенциала территории (на примере самостоятельно выбранной территории).

Задание:

1. - Представьте структуру туристского потенциала выбранной для оценки территории в соответствии с интересами потребителя;
2. Обоснуйте и представьте систему показателей интегральной оценки туристского потенциала на выбранной Вами для оценки территории.

Практическая работа № 4.

Задание для выполнения самостоятельной работы:

1. Выберите регион России,
2. Используя интернет-ресурсы, найдите «Туристский паспорт региона»;
3. Проанализируйте представленную информацию по основным разделам:
 - Статистические данные (число предприятий сферы туризма, число коллективных средств размещения, число средств размещения, прошедших классификацию и др.).
 - Информационные данные (население, главные населенные пункты, климат, , транспортная доступность, структура власти и др.)
 - Описательные данные региона с позиции туристского интереса; развития туризма;
 - Маркетинговая информация.
4. Дайте оценку туристского потенциала (в том числе SWOT-анализ) с позиции его использования для определенного вида туристско-рекреационной деятельности, выберите оптимальный вариант использования потенциала с позиции определения ценности для создания новых туристских продуктов и определения направления стратегии развития туризма.

Занятие 4. Маркетинговый подход к развитию туристских дестинаций.

Цель занятия: изучить теорию туристских дестинаций с учетом специфики задач туризма

Вопросы для обсуждения

1. Клиентоориентированный подход к определению «туристская дестинация».
2. Взаимосвязь понятий «привлекательность туристской дестинации»,

«мотивы путешествия», «туристские потребности».

3. Варианты туристской привлекательности.
4. Жизненный цикл туристской привлекательности территории (формирование привлекательности, сформированная туристская привлекательность, попытка диверсификации привлекательности).

Занятие 5. Формирование и реализация стратегии туристской дестинации на основе концепции территориального маркетинга.

Задание к индивидуальной работе:

1. Анализ и обсуждение научных статей по теме.
2. Подготовка эссе.

Практическая работа № 5.

Задание для индивидуальной работы:

1. Проанализируйте жизненный цикл развития выбранной туристской территории.
2. Определите, на какой стадии жизненного цикла она находится.
3. Представьте стратегию развития выбранной туристской территории.

Обоснуйте на каком этапе жизненного цикла находится дестинация. Определите образ будущего развития выбранной для анализа туристской дестинации..

Определите, какие проблемы хотите решить, какие процессы хотите усовершенствовать и что в итоге можете получить.

Проект стратегии должен содержать: название, описание стратегии.

V. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

VI.	Контролируемые разделы и темы дисциплины	Код, наименование индикатора достижения компетенции и результат обучения		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Темы 1-2 Практические 1-2.	ОПК-1.1 Формирует технологическую концепцию туристской организации	Знает: - специфические особенности туристских дестинаций: российский и зарубежный опыт развития. - алгоритм и подходы к интегральной многофакторной	- собеседование - тестирование	Тесты. Практические задания 1-2

			оценке туристско-рекреационного потенциала.		
			Умеет: - провести глубинную проработку методик оценки туристско-рекреационного потенциала территории. - выбрать Тесты. методику оценки туристско-рекреационного потенциала в зависимости от поставленной цели,	- собеседование - тестирование	Тесты.
		ОПК-1.2 Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	Знает инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала	- собеседование - тестирование	Тесты.
			Умеет: - определить параметры оценки по группам факторов, критерии и шкалы оценки параметров. . - рассчитать интегральный показатель туристско-рекреационного потенциала исследуемой территории	собеседование - тестирование	Тесты.
		ОПК-1.3 Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	Знает - источники сбора информации: данные официальной статистики и экспертного опроса.	- собеседование - тестирование	- тестирование
			Умеет - использовать	собеседование	

			цифровые технологии при сборе и обработке полученного материала	- тестирование	
1	Темы 3-4 Практические занятия 3-5	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма	Знает - маркетинговые инструменты в управлении туристскими дестинациями; - маркетинговые стратегии дестинации (продуктово-рыночные, альтернативные, конкуренто-ориентированные, стратегии позиционирования).	- собеседование - тестирование	Вопросы к зачету Тестирование: Тест № 1.
			Умеет: - выбрать и обосновать конкурентную стратегию дестинации в зависимости от поставленной цели; - определить: миссию туристской дестинации; качественные и количественные маркетинговые цели дестинации.	- собеседование (вопросы для самоконтроля по темам лекций) ПР-1,2	Практическая работа № 1. Рабочая тетрадь.
1	Темы 6-8 Практические занятия 7-9	ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы туризма	Знает - основные составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций - инструментальной системы маркетинговых коммуникаций	собеседование (вопросы для самоконтроля по темам лекций) ПР-1,2	Тестирование Тест № 2. Практическая работа № 1, 2 . Рабочая тетрадь.

			<p>Умеет применить маркетинговый инструментарий при продвижении туристских дестинаций</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбора сведений и подготовки информационной базы для разработки стратегии продвижения туристской дестинации - определять цели коммуникации; - определять целевой рынок и целевые аудитории для охвата новых потребителей зеленого (сельского) туризма. - определять медиа цели 		
		<p>ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма</p>	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - как сформировать бюджет программы продвижения туристской дестинации; - способы оценки эффективности технологий по продвижению <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценить эффективность применения разных инструментов продвижения туристской дестинации 	<p>собеседование (вопросы для самоконтроля по темам лекций) ПР-3,4</p>	<p>Практическая работа Задание № 2. Рабочая тетрадь. Защита итоговой работы</p>

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, Интернет ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме, с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- выполнение тестовых заданий, решение задач;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- заполнение рабочей тетради;
- подготовка к экзамену;

- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

УЧ.СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лисевич А.В., Лунтова Е.В. Маркетинг в туристской индустрии. Издательство: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа: 2021 -174 с. - ISBN 978-5-394-02434-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [- — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102272>

2. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий . 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. - 208 с. -(Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-07732-<https://urait.ru/bcode/423642>

3. Экономика туристских дестинаций : монография / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — Москва : РУСАЙНС, 2021. — 148 с <https://cdn1.ozone.ru/s3/multimedia-x/6096233289.pdf>

4. Корабейников И. Н. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Н. Корабейников, Ю. Е. Холодилина.— Оренбург : Изд-во Оренбург. гос. ун-та ; ЭБС АСВ, 2016. – 103 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61895.html>.

Дополнительная литература

1. Александрова А.Ю. Лучшие мировые практики разработки стратегий развития туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т.14. №1. С. 7-15. DOI: 10.24411/19950411-2020-<https://cyberleninka.ru/article/n/luchshie-mirovye-praktiki-razrabotki-strategiy-razvitiya-turizma>

2. Гаджиева Н.А. Магомедова Э.А. Методики развития маркетинговых стратегий в системе повышения туристического имиджа территории / Региональные проблемы преобразования экономики. 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodiki-razvitiya-marketingovyh-strategiy-v-sisteme-povysheniya-turisticheskogo-imidzha-territorii>

3. Замятин, Д.Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от гения места к имиджевым ресурсам.- Д. Н. Замятин// Современные проблемы сервиса и туризма. 2015 Т 9. №2. С. 27-39.

4. Ульяновченко Л. А. Региональные туристские комплексы и кластеры [Электронный ресурс] : моногр. / Л. А. Ульяновченко, М. В. Виноградова, И. Г. Гладская. –М. : Русайнс, 2015. – 151 с. –Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61653.html>.

5. Луговая О. А. Туристический маркетинг территорий: от эффективных зарубежных примеров к актуальной модели российского региона Текст научной статьи по специальности «Практический маркетинг». 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-marketing-territoriy-ot-effektivnyh-zarubezhnyh-primerov-k-aktualnoy-modeli-rossiyskogo-regiona>

6. Лобанько Т. В. Кластерный подход в развитии туристских дестинаций // Карельский научный журнал 2015. – Режим доступа.: <https://cyberleninka.ru/article/v/klasternyy-podhod-v-razvitii-turisticheskikh-destinatsiy>

7. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций [Текст] : сборник кейсов / И. А. Москвина, О. А. Степуренко ; Российская междунар. акад. туризма. - Москва : Университетская книга, 2017. - 86 с. :

8. Семеркова Л. Н., Зинченко С.В Проектирование туристских маршрутов как направление повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии нал // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/proektirovanie-turistskih-marshrutov-kak-napravlenie-povysheniya-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-turistskoy-industrii>

9. Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года (с изменениями на 7 февраля 2022 года). <https://docs.cntd.ru/document/561260503>

Нормативно-правовые материалы

1. ГОСТ 32611—2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200110997>

2. ГОСТ 32612—2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования– Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200110998>

3. ГОСТ Р 50681—2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг– Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>

4. ГОСТ Р 54602—2011 Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200094393>

5. ГОСТ Р 54604—2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200092284>

6. ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг (принят в качестве межгосударственного

стандарта ГОСТ 28681.1-95) – Режим доступа:
<http://docs.cntd.ru/document/1200010008>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму
<http://russiaturism.ru>
2. –Официальный сайт Федеральной службы государственной–
статистики <http://www.economy.gov.ru>
3. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ
<http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic> / -
Раздел– «Реализация кластерной политики»
4. Методические рекомендации по реализации кластерной политики
в субъектах Российской Федерации
<http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/>
5. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
6. «Унифицированный туристский паспорт региона» Министерства
культуры Российской Федерации. <http://utp.nbcrs.org>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа:
<http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: www.garant.ru
3. Справочная система «Кодекс». Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнение аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Дизайн туризма» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны

преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Дизайн туризма» является зачет.

Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
G311 30 посадочных мест,	Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием; учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий);	Lingvo x6 Academic Concurrent FineReader 12 Corporate Academic Campus 500 Inventor Professional 2020 AutoCAD 2020
G 434 30 посадочных мест	Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий);	REVIT 2019 MAYA 2016 VideoStudio Pro x10 Lite CorelDraw SPSS Amos SPSS Statistics Premium Campus Edition

Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств представлены в приложении.