Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.10.2026 22:06:17
Уникальный программный ключ:
a63b74166e8f4fc17bd1e0462725f79e393bfdf9

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

«***Утверждаю***»
Проректор по учебно-
методической работе
Ю.А. Устименко
« ___» _____2026 г.

Рабочая программа дисциплины
МДК.03.02 Дизайн туристского продукта

Специальность: 43.02.16 Туризм и гостеприимство
Квалификация выпускника: специалист по туризму и гостеприимству
Нормативный срок обучения: 2 года 10 месяцев
Форма обучения: очная

Руководитель офиса среднего профессионального образования Н.Д. Филиппова

Смоленск
2026

Содержание:

1. Паспорт рабочей программы дисциплины
1.1. Область применения программы
1.2 Место дисциплины в структуре ППССЗ
1.3 Общая характеристика учебной дисциплины
2. Структура и содержание дисциплины
2.1 Объем и виды учебной работы
2.2 Тематический план и содержание дисциплины
3. Условия реализации дисциплины
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению
3.2. Информационное обеспечение реализации дисциплины
3.3 Программное обеспечение реализации дисциплины
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

1. Паспорт рабочей программы предмета

Целью реализации программы является достижение выпускниками планируемых результатов: компетенций и компетентностей, определяемых личностными, семейными, общественными, государственными потребностями и возможностями обучающегося старшего школьного возраста, индивидуальной образовательной траекторией его развития и состоянием здоровья.

Достижение поставленной цели предусматривает решение следующих основных задач:

– способствовать формированию российской гражданской идентичности обучающихся;

– обеспечить достижение обучающимися образовательных результатов в соответствии с требованиями, установленными Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования.

1.1 Область применения программы

Реализация среднего общего образования в пределах ОП СПО по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности Туризм и гостеприимство в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Минпросвещения России от 12 декабря 2022 г. № 1100, с учетом требований ФГОС среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 № 413, с учетом приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 12 августа 2022 г. № 732 «О внесении изменений в Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413.

1.2 Место предмета в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина МДК.03.04 Дизайн туристского продукта является вариативной дисциплиной профессионального цикла ФГОС среднего профессионального образования (ФГОС СПО).

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

1.3 Общая характеристика дисциплины

Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: становление профессиональных компетенций будущего бакалавра путем формирования теоретических знаний и практических умений в области разработки и продвижения туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- овладение системой научно-прикладных знаний и умений, необходимых в будущей профессиональной деятельности;
- формирование научного мировоззрения, профессиональной направленности, содействие развитию профессионального мышления;
- ознакомление с технологиями проектирования, формирования и продвижения туристского продукта;
- формирование умений анализировать состояние рынка туристских услуг с целью проектирования турпродукта, составления программ туристского обслуживания и работы с туристской документацией.

Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:
– методику и технологию проектирования туристского продукта, требования к нормативно-технической документации для турпродукта (З1);
– специфику разработки, организации и внедрения туристского продукта на основе инновационных технологий в туристской индустрии (З2);
- сущность технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне);
(З3);
- современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах, посвященных проектированию инновационного туристского продукта (З4)

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:
– прогнозировать спрос и предложение на новый туристский продукт;
(У1);
– проводить исследования рынка, оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии (У2);
- проектировать инновационный туристский продукт используя современные достижения науки и передовые технологии (У3);
- разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии; внедрять туристский продукт на основе инновационных технологий (У4).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:
– навыками оценки и разработки технико-экономического обоснования инновационного тур проектирования инновационного туристского продукта на основе использования современных достижений науки и передовых технологий в сфере туристского продукта
(П1);
– разработки инновационных туристских проектов, соответствующих требованиям туристской индустрии, в том числе методикой разработки, расчета стоимости и реализации турпродукта (П2).

Результатом освоения дисциплины является овладение обучающимися общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках
ДПК 3.1	Использовать цифровые и информационные технологии для повышения эффективности и качества туроператорских и турагентских услуг
ДПК 3.2	ДПК 3.2. Применять цифровые и информационные технологии для анализа деятельности предприятий туриндустрии.

2. Структура и содержание предмета

2.1 Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем, академические часы
4 семестр	
Максимальная учебная нагрузка (всего)	140
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	96
в том числе:	
лекции	32
практические занятия	64
Самостоятельная работа обучающегося	44
Форма промежуточной аттестации – курсовой проект	
Всего часов по предмету	140

2.2 Тематический план и содержание предмета

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся**	**Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак.ч.**	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
5 семестр			
Тема 1.1. Разработка туристского продукта: понятие и сущность.	Содержание учебного материала: 1. Понятие туристского продукта. Сущность туристского продукта. Туристский продукт как комплекс основных и дополнительных услуг. Потребительские свойства туристского продукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, гибкость, полезность. Виды, формы, элементы	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2, ОК.01, ОК 02

	туристского продукта. Структура турпродукта. Жизненный цикл туристского продукта		
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Стратегия разработки туристского продукта.»	6	
Тема 1.2. Этапы разработки туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Разработка туристического продукта как сложный, многоступенчатый процесс. 2. Основные этапы разработки туристского продукта. организации его массовой продажи.	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 04, ОК 06, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Организация массовой продажи турпродукта»	6	
Тема 1.3. Основные факторы и требования к разработке туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Учет конъюнктуры рынка туристских услуг	10 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 04, ОК 06, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия «Разработка договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями»	6	
Тема 1.4. Генерация идей и бизнес-анализ как начальные этапы в разработке туристского продукта	Содержание учебного материала: 1. Генерация идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса 2. Этапы генерации идей: «идея продукта» и «замысел продукта». 3. Инструменты генерации идей в разработке туристского продукта: мозговая атака, матрицы поиска, морфологический анализ и др. 4. Обсуждение концепций туристского продукта. 5. Утверждение идеи туристского продукта.	10 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 04, ОК 06, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2

	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия «Бизнес-анализ: прогноз первоначальных и повторных продаж, планирование цены и предполагаемая прибыль.»	6	
Тема 1.5. Бизнес-план по выведению турпродукта на рынок.	Содержание учебного материала: 1. Разработка бизнес-плана по выведению продукта на рынок. Технико-экономическое обоснование турпродукта. Оценка реальных затрат на разработку и реализацию турпродукта. Определение общей стоимости, нормы прибыли, верхних и нижних границ прибыли. Разработка стратегии и тактики ценообразования. Экспериментальное внедрение турпродукта.	10 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия «Человек в древнейших религиозных философских учениях»	6	
Тема 1.6. Проектирование туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Проектирование туристских услуг (туристского продукта) как процесс подготовки и разработки технических и технологических документов на туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия. Модель туристской услуги. составление моделей туристских услуг. Разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг. Установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг. Определение методов контроля качества проектируемых туристских	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2

	услуг. Утверждение документов на проектируемые туристские услуги.		
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия «Основные характеристики человека»	4	
Тема 1.7. Нормативно-техническое обеспечение разработки туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Техническое задание. Технические условия: документы, устанавливающие технические, проектные и другие характеристики туристских услуг и процессов их оказания. Технологическая инструкция. Технологическая карта. Программа обслуживания туристов. Стандартизация как средство обеспечения безопасности и качества туристского продукта. Квалификационные требования, содержащиеся в должностных инструкциях, стандартах работы персонала и др.	10 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия «Проблема сознания»	6	
	Самостоятельная работа обучающихся в виде выполнения индивидуального или группового задания по теме: «Разработка дизайн-проекта»		
Тема 1.8. Понятие продвижения туристского продукта	Содержание учебного материала: 1. Способы продвижения туристского продукта. Продвижение туристского продукта: понятие и сущность. Продвижение туристского продукта как комплекс мер, направленных на его реализацию. Государственная поддержка в сфере продвижения отечественного туристского продукта. Классификация способов продвижения	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2

	туристского продукта. Рекламные и нерекламные способы. Продвижение туристского продукта на этапе экспериментальной проверки (апробации): рекламные и обучающие туры, пробные продажи. Особенности использования отдельных способов продвижения туристского продукта. Участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и др. Система продвижения туристского продукта. Формирование сбытовой сети.		
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Соотношение философии и науки»	6	
Тема 1.9. Реклама в системе продвижения туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Понятие «реклама». Федеральный закон «О рекламе». Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в маркетинге туризма. Общие методические положения создания рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс. Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы. Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение. Реклама и психология потребителя.	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2

	Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Разработка рекламного бюджета		
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Особенности религиозного мировоззрения»	6	
Тема 1.10. Нерекламные способы продвижения туристского продукта.	Содержание учебного материала: 1. Личные (персональные) продажи, осуществляемые через агента. Прямая рассылка информации и работа с различными базами данных. Прямой маркетинг (телефонный маркетинг, почтовая рассылка – информация перспективных корпоративных клиентов). Стимулирование сбыта. ЛК, ПЗ Наименование раздела дисциплины Содержание раздела (темы) Вид учебной работы* Паблик рилейшнз (PR) в туризме. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании. Товарный знак и его использование в туризме. Брендинг в туризме. Структура бренда туристской дестинации. Индивидуальность бренда. Имя и визуализация бренда. Характеристики успешного бренда в туризме.	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Эволюция взаимосвязи культуры и философии»	6	
Тема 1.11. Туристские выставки и ярмарки.	Содержание учебного материала: 1. Понятие и значение туристских выставок и ярмарок. Выставка как публичная демонстрация туристского продукта.	8 из них:	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2

	Классификация выставок. Международные, национальные, межрегиональные и региональные выставки. Организация выставочной деятельности. Процесс организации участия туристского предприятия в работе выставки. Предвыставочная рекламная кампания. Предвыставочная рекламная кампания. Туристская ярмарка как коммерческое мероприятие. Оптовые ярмарки. международные туристские биржи. Современная концепция выставок и ярмарок. Наиболее популярные международные туристские выставки, биржи и ярмарки.		
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия «Глобальные проблемы современности»	6	
Форма отчетности – курсовой проект			
ИТОГО: лекционных занятий		32	З1,З2,З3,З4, У1,У2,У3,У4,П-1,П2 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 06, ОК 09, ДПК.3.1, ДПК.3.2
лабораторных занятий		64	
Самостоятельная работа		44	
ВСЕГО		**140**	

3. Условия реализации дисциплины

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

1. Специальное помещение: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, оснащенное:

- стандартная учебная мебель (30 посадочных мест);
- стол и стул для преподавателя (по 1 шт.);
- кафедра для лектора (1 шт.);
- доска настенная трехэлементная (1 шт.);
- интерактивная доска (напольная) SMART BOARD (1 шт.);
- мультимедийный проектор NEC (1 шт.);
- ноутбук Asus(1 шт.);
- колонки Genius(1 пара);

- компьютерный студенческий стол (15 шт.);
- компьютерный стол
преподавателя (1 шт.);
- монитор Acer (15 шт.);
- системный блок Kraftway (15 шт.);
- принтер Canon (1 шт.);
- наушники с микрофоном (15 шт.)

2. Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, оснащенное:
- персональные компьютеры с выходом в Интернет (15 шт.);
- компьютерный студенческий стол (15 шт.);
- стол и стул для преподавателя (по 1 шт.);
- доска настенная трехэлементная (1 шт.);
- интерактивная доска IQBoard;
- мультимедиа проектор Optoma PX 329 DLP;
- акустическая система 2.0 (3 шт.);
- наушники с микрофоном (15 шт.)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Обязательные печатные и электронные издания

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, 2024. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст: электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542264 (дата обращения: 05.11.2024)

2. *Рассохина, Т. В.* Менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16586-9. — Текст: электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531332 (дата обращения: 05.11.2024)

3. *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, 2024. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст: электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535175 (дата обращения: 05.11.2024)

3.2.2. Дополнительные источники

1. *Комарова, Л. К.* Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516114 (дата обращения: 05.11.2024)

2. *Николенко, П. Г.* Проектирование гостиничной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования /П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 548 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17625-4. — Текст: электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542581 (дата обращения: 05.11.2024)

3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. https://lecta.rosuchebnik.ru Образовательная платформа LECTA – онлайн образовательный проект.
2. http://fipi.ru «Федеральный институт педагогических измерений»
3. http://school-collection.edu.ru Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.
4. https://resh.edu.ru/ Российская электронная школа.
5. http://catalog2.vgasu.vrn.ru/MarcWeb2; электронно-библиотечной системе IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/

3.3 Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского», лицензия 1FB6-161215-133553-1-6231.

Microsoft Open License, лицензия 49463448 в составе:

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian;
2. Microsoft Office 2010 Russian.

Обучающимся обеспечен доступ к ЭБС «Юрайт», ЭБС «IPRbooks», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, а также доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

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

Лабораторные, курсовые работы по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Предметные результаты обучения Обучающийся должен **знать/иметь представление:** – методику и технологию проектирования туристского продукта, требования к нормативно-технической документации для турпродукта (З1); – специфику разработки, организации и внедрения туристского продукта на основе инновационных технологий в туристской индустрии (З2); - сущность технико-экономического обоснования инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне); (З3); - современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах, посвященных проектированию инновационного туристского продукта (З4) **уметь/владеть:**	Текущий контроль: - выполнение самостоятельных заданий; - выполнение индивидуальных заданий; - письменный опрос; - устный опрос. Промежуточная аттестация: - курсовой проект

– прогнозировать спрос и предложение на новый туристский продукт; (У1); – проводить исследования рынка, оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии (У2); - проектировать инновационный туристский продукт используя современные достижения науки и передовые технологии (У3); - разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии; внедрять туристский продукт на основе инновационных технологий (У4). – навыками оценки и разработки технико-экономического обоснования инновационного тур проектирования инновационного туристского продукта на основе использования современных достижений науки и передовых технологий в сфере туристского продукта (П1); – разработки инновационных туристских проектов, соответствующих требованиям туристской индустрии, в том числе методикой разработки, расчета стоимости и реализации турпродукта (П2).	