1. Пояснительная записка……………………………………………………4

2.Структура и содержание работы ……………………………....................5

3**.** Требования к оформлению работы ………………………………………11

4. Рекомендуемая литература ………………………………………………12

Приложения…………………………………………………………………..13

1. **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Дисциплина «Туристско-рекреационное проектирование», входящая в профессиональный блок дисциплин, базовой части федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 100400 Туризм, предназначена для ознакомления будущих бакалавров с базовыми понятиями туристско-рекреационного проектирования и туристического инжиниринга, основами проектирования туристического продукта, а именно экскурсий, маршрутов; элементами рекреационных систем и особенностями их проектирования.

Содержание дисциплины логически взаимосвязано с другими дисциплинами профессионального блока «Туристическое ресурсоведении», «[Техника и технология проектирования туристско-экскурсионных маршрутов](http://dekanat.bsu.edu.ru/blocks/bsu_charge/disciplinecharge.php?fid=0&pid=296&yid=15&did=19712&sid=576&uid=61849)» и другие.

***Цель изучения дисциплины:***формирование у обучаемых целостного представления об основах туристско-рекреационного проектирования и об особенностях проектирования отдельных видов туристических продуктов.

***Задачи дисциплины:***

а) изучение особенностей современной территориальной организации туристской отрасли; районирования современного туризма;

б) овладение навыками экономического, социального, географического анализа;

в) усвоение методов прогнозирования развития наиболее перспективных направлений туристских потоков.

Приступая к изучению дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование», будущий бакалавр должен знать основы туристического ресурсоведении, социально-психологические потребности туристов,пользоваться разномасштабными тематическими картами, атласами.

По курсу «Туристско-рекреационное проектирование» предусмотрены лекционные (18 часов), практические (36 часов) занятия.

Для улучшения усвоение пройденного материала и более глубокой проработки отдельных аспектов курса учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы по данной дисциплине. На самостоятельное изучение курсаи написание курсовой работы отводится 18 часов.

При выполнении курсовой работы студент должен показать:

1) знание понятийно-категориального аппарата темы;

2) знание сущности рассматриваемого явления;

3) понимание значения исследуемой темы в жизни общества;

4) умение выделять основную проблематику и характерные черты рассматриваемого явления;

5) способность логично и доказательно излагать материал;

6) умение использовать различные источники информации.

**2. Структура и содержание работы**

Курсовая работа выполняется в соответствии с предлагаемойтематикой и структурой (Приложение 1, 3).Обязательными элементами курсовой работы являются:

1. титульный лист;
2. содержание;
3. введение;
4. основная часть;
5. заключение;
6. библиографический список;
7. картосхема с указанием результатов исследования;
8. приложения.

**1. Титульный лист**

Титульный лист не нумеруется, но включается в общую нумерацию страниц. Образец оформления титульного листа представлен в приложении.

**2. Содержание**

Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов и подразделов, заключение, список использованной литературы, приложения.

**3. Введение**

Во введении раскрывается актуальность темы, цель, задачи, объект и предмет, методы исследования, степень изученности проблемы, основные источники информации.

**Глава 1. Характеристика нового туристического продукта**

**1.1. Программа обслуживания тура**

В данном подпункте дается краткая характеристика маршрута с указанием его продолжительности и стоимости. При написании программы обслуживания студент должен расписать тур с учетом временных интервалов необходимых для удовлетворения туристических потребностей.

В данном разделе необходимо расписать экскурсионные услуги и расходы связанные с ними, путем заполнения таблицы Программа обслуживания туристов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Передвижение по маршруту (время прибытия в пункт и время выезда из него) | Наименование туристических предприятий | Запланированные туристические услуги (экскурсии) | Экскурсионные расходы за 1 час |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Всего \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**1.2.**Обоснование выбора поставщиков туристических услуг по маршруту

В данном подразделе приводятся критерии, на основании которых проводился выбор поставщиков туристических услуг. В дальнейшем студентами рассматриваются поставщики транспортных услуг, гостиничные предприятия и предприятия питания.

**1.3.**Описание жизненного цикла туристического продукта

Используя трехуровневый маркетинговый подход охарактеризовать новый туристский продукт,  *укомплектовать каждый выдвигаемый уровень, оценить степень новизны,* выделить сильные и слабые стороны, описать жизненный цикл.

Методические рекомендации к заданию.

Используем подход, позволяющий рассмотреть туристский продукт на трех уровнях: продукт по замыслу; продукт в реальном исполнении; продукт с подкреплением.

Три уровня туристского продукта.

**II**

**Продукт в**

**реальном исполнении**

Уровень качества

Престиж

Продукт по замыслу

 Выгоды

Пользы

Впечатления

Экономичность

Безопасность

**I уровень. Продукт по замыслу**

В основе любого туристского или гостиничного продукта лежит удовлетворение потребностей. Следовательно сердцевина продукта, представлена идеей или замыслом продукта. На этом этапе формируется образ продукта, который способен удовлетворить реальные туристские потребности. При этом туристские потребности разнообразны и зависят от конкретных нужд, традиций, мотивации потребителей, а также формируются под воздействием моды, рекламы, пропаганды, советов и других факторов. На этом этапе, реальный продукт еще не существует, есть только образ продукта, который клиент старается проанализировать, учитывая суммарный показатель польз и выгод, которые декларируют ему туристские предприятия. На этом этапе формируется содержательная сторона туристского продукта, его идея. Оговаривается полный набор услуг, в сознании потребителя идет сравнительный анализ предполагаемых выгод и польз, а также суммарной выгоды, который формирует первоначальное решение о покупке тура и в значительной степени опирается на эмоциональные характеристики, интуицию, психоэмоциональное восприятие предлагаемого продукта, привлекательность его словесного или виртуального образа.

**II уровень. Продукт в реальном исполнении.**

На этом этапе он уже существует реально, и потребитель может конкретно оценить его цену и свойства, а также преимущества и недостатки. Реально существующий продукт наделен конкретными свойствами, поэтому вполне определим его уровень качества, степень комфортности, престижность, безопасность и др.

На этом этапе подробно рассматривается программа тура и предлагается его калькуляция по основным элементам, определяется цена полного пакета, проводится сравнительный анализ с другими подобными продуктами по наиболее важным для потребителей признакам: цене, надежности обслуживания, безопасности, уровне сервиса, новизне продукта и др.

Предлагаемый сравнительный анализ позволяет потребителю принять решение о покупке на основе рациональных рассуждений и апелляции к прошлому опыту.

**III уровень**.**Туристский продукт с подкреплением**.

На этом этапе предполагается оказание всесторонней помощи клиенту, создание атмосферы доверия, предоставление полной и разносторонней информации о продукте или услуге, предоставление гарантий и возможности выбора. Подкрепление туристского продукта в значительной степени подкрепляет тактику неценовой конкуренции, так как клиенты получают широкий спектр услуг, не неся дополнительных расходов.

Особую роль в подкреплении туристского продукта имеет информационная база и комплекс информационных услуг представляемых туристским предприятием. Особую роль в этом процессе играют печатные средства рекламы, а также использование современных информационных технологий, в частности бронирование через Интернет в режиме реального времени, виртуальные туры и экскурсии, электронная калькулятор услуг и др.

Практический пример выполнения задания

«Отдых в горах на знаменитом курорте горноклиматическом курорте Красная Поляна на территории Большого Сочи»

 Формирование продукта:

Первый этап – продукт по замыслу.

 Горы, воздух, удивительная природа Западного Кавказа, уникальное горное озеро Кардывач, пешие прогулки, катание на лошадях, сплав по горной реке и многое другое.

***Пользы и выгоды для потребителей:***

 Вы сможете насладиться красотами предгорий Кавказа, почувствовать кристально чистый горный воздух, подняться на Альпийские луга и сплавиться по бурной горной реке Мзымта, покататься на лошадях и просто понежиться на самом высокогорном открытом бассейне.

Почувствуйте вкус Приключений!

 Предлагаемый тур – продукт удачного сочетания замечательного оздоровительного отдыха с высоким комфортом 4-х звездного отеля «Рэдиссон САС Пик отель»

 Это специальное летнее предложение для гостей - программа **"Один День в Пик Отеле".**

Программа рассчитана для молодоженов (не более 6 мес. После бракосочетания); семейных пар; молодежи, желающей активно и интересно отдохнуть, а также для потребителей – любителей пешей ходьбы, активного отдыха, рыбалки, горного туризма и рафтинга. Программа может быть интересна для любителей натуральных Спа-программ, так как предлагаются купания в горных озерах и естественных водопадах.

**Суммарная выгода для потребителя:**

 (отдых на Родине + отсутствие языкового барьера + удивительная и разнообразная природа Западного Кавказа + близость черного моря (20 мин. автотранспортом) + сочетание горного и морского отдыха + чистый горный воздух и отличная экология + комфорт отеля 4 звезды + спортивные программы + экстремальные программы + Спа-программы + культурные и развлекательные программы + разнообразная кухня (французская, русская, кавказская) + хороший сервис + )

**Второй этап - Продукт в реальном исполнении.**

**Программа отдыха в горах:**

1.Встреча в аэропорту г. Сочи Адлер, трансфер в Красную Поляну (по дороге рассказ сопровождающего гида о природе Западного Кавказа).

2. Проживание в уютном стандартном 2-х местном номере с видом на горы.

3. Комплимент в номер (вино + фрукты).

4. Суперзавтрак (блюда и закуски на выбор) в ресторане "Иван-да-Марья" с открытой летней терассой, где бродят павлины.

5. Дегустация вин Мира в Винном Погребке "Бахус" со специальной сырной закуской (вина Франции, Грузии, ЮАР, Чили, Кубани)

6. Проводы в аэропорт (по дороге рассказ сопровождающего гида о культуре и обычаях народа Западного Кавказа).

**СТОИМОСТЬ ПРОГРАММЫ** - 99 у.е. на человека в сутки

Программа действует с 15.07 по 30.09.10. Скидки предоставляется при предварительном бронировании за 15 дней.

**Дополнительное предложение:**

* Питание в ресторане (шведский стол, свободные и эксклюзивные заказы)
* Единственный в России высокогорный подогреваемый открытый бассейн с системой противотока
* Бесплатное пользование обновленным Центром Здоровья полный день: подогреваемый закрыты бассейн, сауна, турецкий хаммам, тренажерный зал, баскетбольная, волейбольная площадки и поле для мини-футбола
* Бесплатная открытая автостоянка для гостей отеля По Вашему желанию дополнительно:
* Уникальный СПА-Центр "Долина Ветров": более 30 видов оздоровительных процедур, парений и массажей, выбор из 15 видов лечебных чаев и напитков, объединенных в единую систему, позволяющую почувствовать результат уже после первого посещения.
* Увлекательные программы Спортивного Клуба: сплав по горной реке, рыбалка на частных озерах, "Русское сафари" на джипах, конные переходы к альпийским лугам, прогулки к водопадам, и горным склонам, горные велосипеды, стрельба из лука

Для убедительности и большей обоснованности выбора предлагается провести сравнительный анализ предлагаемого продукта с близким по основным характеристикам и ценовым параметром продуктом. В данном случае в качестве объекта сравнения предлагается специальный продукт для молодоженов гостиничного комплекса «Жемчужина», расположенного в центре курорта Сочи – **«Медовый пакет»**

 **Программа Медового пакета**

1. Проживание в стандартном 2-х местном номере 3 звезды, морская сторона отеля «Жемчужина».

2. Утренний сеанс сауны.

3. Комплимент в номер (шампанское и роза даме).

4. Завтрак континентальный в кафе «Морской» на пляже.

5. Романтический вечерний коктейль в ресторане «Вечерний» (коктейль, закуски, десерт)

**СТОИМОСТЬ ПРОГРАММЫ** - 105 у.е. на человека в сутки (при бронировании копия свидетельства о браке обязательна)

(Программа рассчитана для молодых пар, состоящих в браке не более 6 месяцев), скидки 5% при предварительном бронировании за 15 дней, кроме периода «высокого сезона» с 1 июля по 15 сентября.

**Дополнительное предложение:**

* В стоимость пакета включена стоимость пользования пляжем и бассейном.
* Предлагается увлекательная экскурсионная программа по городу Сочи – горнолыжный курорт Красная Поляна, ботанический сад «Дендрарий», Воронцовские пещеры, экскурсия 33 водопада.

**Третий этап – Продукт с подкреплением.**

На данном этапе предлагаются три вида поддержки потребителям при покупке продукта **«Отдых в горах»**:

- ***информационная*** – через веб-сайт Пик отель – ([www.peakhotel.ru](http://www.peakhotel.ru/)); информационный портал курорта Сочи – ([www.sochiru.ru](http://www.sochiru.ru/)); сайты агентств «Ванд Интернешенл», Москва – ([www.vandit.ru](http://www.vandit.ru/)); «Ривьера Сочи» - ([www.riviera.ru](http://www.riviera.ru/)); «Бюро Ориент» Москва – ([www.orient.ru](http://www.orient.ru/)); рекламные обьявления в туристской прессе и широкой прессе, каталоги, буклеты и другие печатные средства, распространяемые на туристских выставках и ярмарках («МИТТ – 2010», «Отдых -2010»;«Отдых и здоровье -2010» и др.)

***- агентская*** – через сотрудничество с несколькими агентствами, в частности «Ванд Интернешенл» г.Москва; «Ривьера Сочи» г.Сочи; «Бюро Ориент» г.Москва и др. поддержка производится через предложение посреднических услуг для агентст и частных лиц по приобретению продуктов, заключение договоров, распространение информации о трансферах и приобретении проездных документов. Распространение дополнительной справочной информации о курорте Красная Поляна (например схема трасс и др.).

***- дисконтная***– формирование дисконтных программ для частных потребителей, корпоративных клиентов и агентств.

*Скидки частным потребителям*:

Бронирование за 10 дней – 5%;

Бронирование за 30 дней – 10%.

*Скидки турагентствам –* 15%.

*Скидки корпоративным клиентам –* 10%.

В конце первой главы делаются выводы по рассмотренному материалу.

**Глава 2.**Калькуляция стоимости турпродукта и анализ технологической документации тура

2.1.**Прямые затраты на реализацию тура**

При выполнении задания необходимо определить полную себестоимость тура и провести ***калькуляцию стоимости туристского продукта***

***Поячнение к заданию***

***Калькулирование*–** это способ группировки затрат и определение себестоимости. Такой подход применяется ля расчета себестоимости единицы продукции\услуг, посредством калькулирования по установленным статьям затрат.

В экономической теории и практики различают плановую, нормативную, сметную и фактическую калькуляцию.

*Плановая калькуляция* отражает планируемые затраты на изготовление продукции на предстоящий период.

*Нормативная калькуляция* включает затраты исчисленные на базе установленных норм материальных и трудовых затрат.

*Сметная калькуляция*разрабатываетсяна новую продукцию.

*Фактическая калькуляция-*это отчетная калькуляция, отражающая фактические затраты.

*Позаказная калькуляция* – это калькуляция, позволяющая рассчитать стоимость единицы продукции/услуги, выполняемая по заказу на определенное количество клиентов.

При калькулировании затрат на единицу продукции их разделяют на прямые и косвенные (метод директ-костинг).

В данном разделе рассчитывают расходы на размещение туристов, на перевозку, на экскурсионные услуги, на питание, комиссионные турагентам и расходы на руководителя группы

**2.2. Калькуляция себестоимости тура**

Себестоимость всего заказа (группы туристов) определяется путем суммирования всех затрат по группе туристов. Для определения себестоимости поездки одного туриста общие затраты на группу делятся на количество туристов в группе. Объектом калькулирования себестоимости для туристических организаций является отдельный туристский продукт.

В себестоимость туристского продукта включаются затраты, непосредственно связанные с его производством, продвижением и продажей. При этом прямые затраты учитываются по пунктам установленных статей калькуляции и по отдельным заказам (группам туристов). Фактическая себестоимость единицы туристского продукта определяется после выполнения заказа.

Цена на туристский продукт может определяться также методом *нормативной калькуляции* и она, в том числе включает расходы, на сопровождающих группу по маршруту.

Практический пример выполнения задания

Таблица №2

**Калькуляция тура на группу 10 человек по маршруту Иркутск – Байкальск – Иркутск**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование статей калькуляции | В стоимостном выражении на группу (в у.е.) | В стоимостном выражении на 1-го человека (в у.е.) | В % |
| 1. | Страховка | 200 | 20 | 7,7 |
| 2. | Визы | - | - | - |
| 3. | Транспортные расходы | 100 | 10 | 3,8 |
| 4. | Расходы на проживание | 1200 | 120 | 46,2 |
| 5. | Расходы на питание | - | - | - |
| 6. | Расходы на экскурсионную программу | 1100 | 110 | 42,3 |
| **Итого прямых затрат:** | **2600** | **260** | **100** |
| 7. | Косвенные расходы туроператора | 180 | 18 | 6,3 |
| 8. | Коммерческие затраты (реклама, сбыт) | 100 | 10 | 3,5 |
| **Полная себестоимость:** | **2880** | **288** | **100** |
| **Итого доля прямых затрат в полной себестоимости составляет:** **100% – (6,3% +3,5%) = 90,2%.** |
| 8. | НДС – 18% | 518,4 | 51,8 | - |
| 9. | Прибыль – 20% от полной себестоимости | 576 | 57,6 | - |
| 10. | Общая стоимость тура | 3974,4 | 397,4 | - |

Рассмотрев структуру цены тура, необходимо сделать вывод о конкурентоспособности цены и выявить резервы фирмы в совершенствовании ценообразования (например, снижение затрат).

**Глава 3. Изучение аналогов туристического продукта**

**3.1.Сравнение аналогов по трем уровням жизненного цикла туристического продукта**

В данном разделе необходимо сравнить между собой 3 туристических продукта: разработанный студентом и 2 реализуемых в настоящее время на туристическом рынке.

**3.2**.**Сравнительный анализ туристических продуктов по предоставляемым услугам**

Сравнительный анализ продуктов проведем в табличной форме, оценивая отдельные элементы предложения в баллах по степени привлекательности для клиентов и полноте: 3 балла – удовлетворительное предложение; 4 балла – хорошее предложение; 5 баллов – отличное предложение.

 Таблица 1.

Сравнительный анализ туристских продуктов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № n\n | Наименование признака | Предлагаемый продукт**«Отдых в горах»** | Продукт сравнения **«Медовый пакет»** |
| 1. | Доставка к месту отдыха |  Организованная -5б. | Частично орг. – 3б. |
| 2. | Размещение | 2-х местн. 4 зв. – 5б. | 2-х местн. 3 зв. – 4б |
| 3. | Питание | Завтрак, дегустация вин, доп. питание – 4б. | Завтрак, коктейль, доп. питание – 4б. |
| 4. | Программы досуга | Очень широкие – 5б. | Широкие + сауна 4б. |
| 5. | Дополнительное предложение | Разнообразное, насыщенное – 5б. | Разнообразное – 4б. |
| 6. | Сервис | Высокий уровень5б. | Хороший – 4б. |
| 7. | Цена | 99 у.е. -4б. | 105 у.е. – 3б. |
| 8. | Дисконтные программы | Частичные – 4б. | Частичные – 4б. |
| 9. | Информационная поддержка | Хорошая - 4б | Хорошая - 4б |
|  | Итого: | 41 балл | 31 балл |

**Вывод**: Сравнительный анализ представленных продуктов показал, что предлагаемый тур более выгоден для клиентов, так как при более низкой цене предлагает более насыщенную и интересную программу отдыха.

**Заключение.** В заключении делаются общие выводы о достижении целей и задач исследования.

**Список используемых источников.** Ниже приведен список литературы, рекомендуемой для написания курсовой работы.

Используемая для написания курсовой работы литература должна включать в себя монографические или коллективные исследования авторов по рассматриваемой тематике, периодические издания и нормативные документы, аналитические и статистические данные.

Изученную литературу необходимо систематизировать, обобщить полученную информацию по теме. После изучения литературных источников следует составить план работы, который должен соответствовать логической последовательности изложения данной темы. После проделанной библиографической работы и составления плана излагается основное содержание темы

**Приложения.** В приложении размещаетсятехнологическая карта туристского путешествия**,** графический, картографический материал иллюстрирующий содержание курсовой работы. Каждое приложение нумеруется и размещается на новом листе. Количество приложений не ограничено

**3. Требования к оформлению работы**

Оформление курсовых работ должно соответствовать правилам, используемым при подготовке научно-исследовательских работ и требованиям «Положения о курсовых работах НИУ «БелГУ».

Курсовая работа должна включать титульный лист, план содержания работы, введение, содержание работы, состоящее из трех разделов и трех подразделов в каждом, заключение, список используемых источников, приложения.

Во введении раскрывается актуальность темы, степень научной изученности проблемы, объект, предмет, цель и задачи исследования.

Каждый из разделовизложения основного материала темы должен иметь свое название. Подразделение изложения основного материала должно быть направлено на последовательно-логическое его изложение, обладать самостоятельным содержанием, обеспечивать полноту изложения (раскрытие сущности проблемы, явления, его внутренней структуры).

В заключении излагаются основные выводы (основные положения) обозначенных во введении целей и задач исследования и разделов изложения основного материала темы.Библиографический список включает в себя перечень учебников, учебных пособий, монографий, периодических изданий (с указанием конкретных статей), интернет-сайтов, которые были использованы при подготовке курсовой работы.

Текст курсовой работы должна быть набран на компьютере через 1,5 интервал 14 кеглем в формате TimesNewRoman с полями 3 см слева, 1,5 см справа, 2 см сверху, 2 см снизу иотпечатан на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата (А4).Объем курсовой работы должен составить 30-35 страниц машинописного текста. Иностранный текст и специальные обозначения (формулы, символы), если нет возможности отпечатать, аккуратно вписываются четким почерком и черными чернилами.Все листы курсовой работы нумеруется арабскими цифрами, как правило, вверху страницы, титульный лист не нумеруется.В тексте контрольной работы не допускается произвольное сокращение слов (кроме общепринятых сокращений и общепринятой аббревиации). В тексте работы должны быть ссылки на источник. Дополнительно курсовая работа должна иметь приложения (схемы, графики, диаграммы, картографический материал).

Образцы оформления титульного листа и картографического материала приведены в приложениях 2, 4.

**Рекомендуемая литература**

1. Багиев Г. Л., Аренков И. А. Основы маркетинговых исследований - СПб: СПбУЭФ,1996;
2. ГОСТ 28681.3-95/ГОСТ Р 50644-94 Туристско - экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов;
3. ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 Туристско - экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг;
4. ГОСТ 30335-95/ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения;
5. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования;
6. Кусков А. С. Туристское ресурсоведение. – М., 2008
7. Боголюбова С.А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов – М. : Академия, 2009.
8. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение. – М.: [Российская междунар. академия туризма](http://www.combook.ru/publishers/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80.%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%8F%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0/), 1999
9. Кусков А.С. География туризма / А.С. Кусков, О.Н. Козырева, М.В. Асташкина, А.А. Санинская. – М.: [Инфра-М, Альфа-М](http://my-shop.ru/shop/producer/4971/sort/a/page/1.html), 2015
10. География туризма: учебник / под ред А.Ю. Александровой.- М.: КноРус, 2008 – 592с.
11. Дмитриевский, Ю.Д. Туристские районы мира. Смоленск. : СГУ, 2010.
12. Самойленко, А.А. География туризма: учеб.пособие.- Ростов на Дону. : Феникс, 2008 – 359 с.
13. Ушаков, Д. С. Страноведение. – М. – Ростов-на-Дону, Март, 2007
14. Туристские путеводители по странам и регионам мира.
15. Экономическая и социальная география мира: атлас. // Под ред. Максаковского В.П. – М., Дрофа, 2009.

**Приложение 1**

**Тематика курсовых работ по дисциплине**

**«Туристско-рекреационного проектирования»**

1. Проектирование туристического маршрута «Музыка Санкт-Петербурга».
2. Проектирование туристского маршрута «Санкт-Петербург – Рига».
3. Проектирование туристского маршрута по Золотому кольцу.
4. Проектирование туристского маршрута«Православная Москва»
5. Проектирование туристского маршрута «Европейский Север».
6. Проектирование туристского маршрута «Родина деда Мороза».
7. Проектирование туристского маршрута «Санкт-Петербург – столица России».
8. Проектирование туристского маршрута «На самый запад России»
9. Проектирование туристского маршрута «Летняя столица России – Сочи»
10. Проектирование туристского маршрута «Прохоровское поле»
11. Проектирование туристского маршрута «Чудеса русского севера»
12. Проектирование туристского маршрута «Планета Байкал»
13. Проектирование туристского маршрута «Зимняя сказка Карелии»
14. Проектирование туристского маршрута «Олимпийский Сочи»
15. Проектирование туристского маршрута «Байкал новогодний»
16. Проектирование туристского маршрута «Великолепие северного Кавказа»
17. Проектирование туристского маршрута «Познавательная Москва»
18. Проектирование туристского маршрута «Удиви меня, Казань»
19. Проектирование туристского маршрута «Очарование Балтики»
20. Проектирование туристского маршрута «Мистический Петербург»
21. Проектирование туристского маршрута «Телецкое озеро»
22. Проектирование туристского маршрута «Город-герой Волгоград»
23. Проектирование туристского маршрута «На другой стороне России»
24. Проектирование туристского маршрута «Удивительный Нижний Новгород»
25. Проектирование туристского маршрута «Интересные места Екатеринбурга»
26. Проектирование туристского маршрута «Зимняя Камчатка»

**Приложение 2.**

**Образец оформления титульного листа**

Зарегистрировано

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2014 г.

\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись (расшифровка подписи)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ Государственное АВТОНОМНОЕ образовательное учреждение Высшего профессионального образования

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ**

**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(НИУ «БелГУ»)**

ИНСТИТУТ (ФАКУЛЬТЕТ)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Кафедра**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**[Т Е М А]**

Курсовая работа

студента очной (очно-заочной, заочной)формы обучения

направления подготовки (специальности)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(код, наименование направления подготовки)

\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Фамилия Имя Отчество

|  |  |
| --- | --- |
| ***Допущена к защите***«\_\_\_»\_\_\_\_\_2014 г.\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_подпись (расшифровка подписи) | Научный руководитель:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(степень, должность)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(Ф.И.О. руководителя) |
|  |  |

БЕЛГОРОД 2014

Зарегистрировано

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2014 г.

\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись (расшифровка подписи)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ Государственное АВТОНОМНОЕ образовательное учреждение Высшего профессионального образования

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ**

**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(НИУ «БелГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ БИЗНЕСА И СЕРВИСА ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ

**Кафедра туризма и социально-культурного сервиса**

**Проектирование туристско-рекреационного маршрута**

**«Путь к сердцу Байкала»**

Курсовая работа

студента очного формы обучения

направления подготовки100400 Туризм

3 курса группы

Александрова Ивана Ивановича

|  |  |
| --- | --- |
| ***Допущена к защите***«\_\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_\_г.\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_подпись (расшифровка подписи) | Научный руководитель:к.г.н.,доцент Королева И.С. |
|  |  |

БЕЛГОРОД 2014

**Приложение 3**

Содержание

Введение………………………………………………………………………….

1.Характеристика нового туристического продукта «Путь к сердцу Байкала»………………………………………………….……………………….

1.1. Программа обслуживания тура «Путь к сердцу Байкала»……………………………………………………..…………………

1.2.Обоснование выбора поставщиков туристических услуг по маршруту «Путь к сердцу Байкала»……………………………..…………………………………

1.3.Описание жизненного цикла туристического продукта «Путь к сердцу Байкала»……………………………………………………………………………

2. Калькуляция стоимости турпродукта и анализ технологической документации тура «Путь к сердцу Байкала»………………………………………………………...

2.1. Прямые затраты на реализацию тура «Путь к сердцу Байкала»…………

2.2. Калькуляция себестоимости тура «Путь к сердцу Байкала»…………………………………….....................................................

3.Изучение аналогов туристического продукта «Путь к сердцу Байкала».**……………………………………………………………………………**

3.1.Сравнение аналогов по трем уровням жизненного цикла туристического продукта……………………..…………………………………………………….

3.2. Сравнительный анализ туристических продуктов по предоставляемым услугам…………………………………………………………………………

Заключение…………………………………………………………………………

Список использованных источников……………………………………………..

Приложения**………………………………………………………………………...**

**Приложение 4**

**Технологическая карта туристского путешествия**

**по маршруту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ на \_\_\_\_\_ год**

**1. Основные показатели маршрута**

Вид маршрута\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Категория сложности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Протяженность маршрута (км)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
В том числе: пешком (на лыжах)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
На лодках (плотах) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Продолжительность путешествия (сутки)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Число туристских групп\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Число туристов в группе\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Всего туристов по маршруту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Всего чел.-дней обслуживания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Начало обслуживания на маршруте первой группы\_\_\_\_\_\_\_
Начало обслуживания на маршруте последней группы\_\_\_\_\_
Конец обслуживания последней группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Стоимость путевки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**График заезда**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Месяц** | **Число туристовв месяц** | **График заезда тургрупппо месяцам** | **Число тургруппв месяц** |
| Январь |   |   |   |
| Февраль |   |   |   |

Адрес туристского предприятия, с которого начинается путешествие
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2. Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения.Время прибытия в пункт и выезда из него** | **Наименование туристских предприятий и условия размещения** | **Запланированные туристские услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов** | **Внутримаршрутные перевозки** | **Экскурсионные расходы за 1 ч.** |
|   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |

Всего \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
В том числе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ предприятие \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
В том числе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ предприятие \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
и т.д.
Внутримаршрутные перевозки осуществляются предприятиями:
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Передача групп производится в пункте:
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
*Условные обозначения:*
X - обслуживание в туристском предприятии.
Сп - сухой паек.
Пу - ночлег в полевых условиях (походные палатки).
Подписи руководителей предприятий, обслуживающих маршрут.