УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом
Высшей школы дизайна
Протокол № 5
от «15» января 2025 г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сведения о сертификате ЭП
Сертификат: 1ea208e57bd5c15d3d0fdd330db1ae60
Владелец: Соколов Максим Александрович
Действителен: с 06.08.2026 по 30.10.2027

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3 ОСНОВЫ ДИЗАЙНА В ТУРИНДУСТРИИ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки: 54.03.01 Дизайн

направленность (профиль): «Графический дизайн»

Квалификация: бакалавр

год начала подготовки: 2025

Разработчик (и):

должность	ученая степень и звание, ФИО
Доцент Высшей школы дизайна	**Попов С.А.**

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
Директор Высшей школы дизайна	**к.ф.н., проф. Бастрыкина Т.С.**

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Основы дизайна в туриндустрии» является первой дисциплиной по выбору первого блока программы бакалавриата и относится к вариативной части программы.

Дисциплина реализуется Высшей школой дизайна.

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «Проектирование в графическом дизайне», «Информационные технологии в дизайне», «Компьютерные технологии в графическом дизайне», «Основы профессионального мастерства в графическом дизайне», «Основы проектирования шрифта».

Дисциплина направлена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

ПК-2 – Способен к подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части:

ПК-2.1 Осуществляет подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

ПК-2.2 Осуществляет художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением и пониманием значения и возможных областей применения дизайна в современной туриндустрии.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из них по очной форме 56 часов контактной работы с преподавателем и 124 часа, отведенных на самостоятельную работу обучающихся. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе, в 7 семестре по очной форме обучения, предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: занятия лекционного типа в форме традиционных лекций и проблемных лекций, практические занятия в форме работы в группах, выполнения практических заданий, самостоятельная работа студента в форме самоподготовки к лекционным и практическим занятиям, выполнения практических заданий, подготовки реферата, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и кейсов, промежуточный контроль в форме зачета с оценкой - аттестации итогового практического задания – аналитического реферата и проектной разработки на заданную тему.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины:

- Проектирование в графическом дизайне.

Дисциплина является предшествующей для производственной (преддипломной) практики, выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции,	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора)

© РГУТИС

	индикатора	
1.	ПК-2	Способен к подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части: ПК-2.1 Осуществляет подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-2.2 Осуществляет художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы дизайна в туриндустрии» является первой дисциплиной по выбору первого блока программы бакалавриата и относится к вариативной части программы.

Дисциплина реализуется Высшей школой дизайна.

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «Проектирование в графическом дизайне», «Информационные технологии в дизайне», «Компьютерные технологии в графическом дизайне», «Основы профессионального мастерства в графическом дизайне», «Основы проектирования шрифта».

Освоение компетенции ПК-2 начинается при изучении дисциплин История искусства и дизайна, Проектирование в графическом дизайне, продолжается при изучении дисциплин, Проектная деятельность, производственной практики, заканчивается при изучении дисциплин Теория рекламы и моды, Основы организации проектной деятельности, Основы дизайна в туриндустрии, Основы дизайна в выставочно-ярмарочной деятельности, Основы эргодизайна, заканчивается при прохождении преддипломной практики, подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Цель курса:

- усвоение студентами основных категорий и понятий туризма в контексте изучения общих и специфических особенностей различных областей применения дизайнерской художественно-проектной деятельности в формировании, продвижении и обеспечении туристских услуг;
- понимание основных факторов мотивации туризма, материально-культурных, социопсихологических и духовно-эстетических аспектов формирования и развития отечественной индустрии туризма;
- овладение основными навыками креативного применения художественно-выразительных и эргодизайнерских приемов и методов в понимании и эскизной разработке объектов предметно-пространственной среды в различных сегментах функционирования современной туриндустрии;
- формирование исследовательских навыков, аналитического мышления и системного подхода в понимании и оценке роли, места и значения дизайна в индустрии туризма.

Задачи курса:

- определить место и роль дизайна как специфической области профессиональной

© РГУТИС

деятельности в художественном проектировании предметно-пространственной среды для современной туриндустрии;

- рассмотреть принципы, классификацию и основные направления организационных, коммуникационных, информационных и дизайн - проектных технологий в индустрии формирования, развития и продвижения туристских услуг;
- дать характеристику основных элементов материально-культурной, социопсихологической и духовно-эстетической базы современного российского и зарубежного туризма;
- изучить основные области и механизмы реализации соответствия эстетических и функциональных потребительских свойств предметно-пространственных элементов туристского продукта;
- проанализировать методы творческого анализа и прикладных художественно-проектных решений в различных сегментах современной индустрии туризма.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины:

- Проектирование в графическом дизайне.

Дисциплина является предшествующей для производственной (преддипломной) практики, выполнения выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц/ 180 акад. часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
			7
1	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**	56	56
	в том числе:	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	16	16
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	36	36
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	36	36
1.3	**Консультации**	**2**	**2**
1.4	**Форма промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)**	**2**	**Зачет с оценкой 2**
2	**Самостоятельная работа обучающихся**	124	124
3	**Общая трудоемкость час**	180	180
	з.е.	5	5

© РГУТИС

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
17	1. Основные понятия и организационные основы туризма	1.1. Туризм как сфера деятельности. Основные понятия и определения туризма.	2	традиционная лекция	4	Выполнение практического задания: работа над формулировкой структуры, форм и направлений деятельности определенного туристического агентства (по выбору студента)					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: работа с литературой и интернет-ресурсными источниками по изучению и сбору материалов, для анализа, оценки и определения возможностей деятельности конкретного туристического

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
												агентства по реализации туристического продукта
37		1.2. Виды туристских организаций. Всемирные, международные и национальные организации. Туроператорская и турагентская деятельность	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания: работа над формулировкой структуры, форм и направлений деятельности определенного туристического агентства (по выбору студента)					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: работа с литературой и интернет-ресурсными источниками по изучению и сбору материалов, для анализа, оценки и определения возможностей деятельности конкретного туристического агентства по реализации туристического продукта

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
												(выбранного студентом)
5 7		1.3. Основные сегменты индустрии туризма. Индустрия транспортного обеспечения туризма. Каналы распространения и методы и методы стимулирования спроса в туриндустрии	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания: разработка обоснования сегмента, транспортного обеспечения, каналов распространения и методов стимулирования спроса					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: сбор необходимой предпроектной документации, графических и фотографических материалов к практическим занятиям по тематике раздела
5 7	**1 контрольная точка**	**Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по**		Оценка презентации		Отчетная презентация материала,					**4**	**подготовка презентации**

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
		избранному виду туризма и туристского продукта (описательно-аналитический и иллюстративный)				изученного и собранного студентом						
7 7	2. Дизайн в системе формирования, продвижения и обеспечения туристских услуг	2.1. Дизайн как специфическая область профессиональной деятельности в обеспечении качества жизни человека. Дизайн и материально-техническая, культурно – историческая и природно – экологическая базы туризма	2	Традиционная лекция	4	выполнение практического задания: разработка предпроектных поисковых решений для формирования элементов комплексной дизайнерской концепции на сформулированную тему					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: сбор и изучение необходимых аналогов дизайн-проектных решений по сформулированной теме и ее комплексной разработке

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
9 7		2.2. Дизайн и индустрия гостиничного дела, питания и развлечений	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания: работа над аналитической художественно-проектной клаузурой, отражающей содержание и специфику культурно-исторических и природно-экологических особенностей в туризме.					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: подбор материалов и выполнение графических зарисовок к практическим занятиям по тематике раздела

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
11 7		2.3. Дизайн и основные направления рекламно-информационной деятельности а туриндустрии. Место и роль средств визуальных коммуникаций	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания: эскизная разработка дизайна элементов гостиничного обеспечения и развлечений					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: работа на специализированных выставках туриндустрии, рекламы, туристических комплексах, культурно исторических и природно-экологических заповедниках Москвы и Московской области
11 7	**2 контрольная точка**	**Защита реферата**				**защита реферата**					**6**	**подготовка реферата**

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
13 7	3. Основные факторы мотивации туризма, материально-культурные, духовно-эстетические и социопсихологические аспекты туризма	3.1.Систематизация мотиваций и этапы принятия решения о приобретении туристского продукта. Особенности культурного и познавательного туризма	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания: разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: изучение и сбор необходимой пред-проектной документации, графических и фотографических материалов по региональным этнокультурным туристическим маршрутам России
15 7		3.2. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса. Своеобразие культуры	2	традиционная лекция	4	выполнение практического задания:					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям,

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
		туристских регионов России. Дизайн как фактор мотивации и предпочтений. Охрана и использование культурно-исторического и природного наследия в туризме				разработка цветографических поисковых решений на материале региональных этнокультурных особенностей российского туризма						выполнение практического задания: изучение и сбор необходимой пред-проектной документации, графических и фотографических материалов по региональным этнокультурным туристическим маршрутам России
17 - 18 7		3.3. Влияние туризма на жизнь общества. Туриндустрия в экономике страны и как фактор качества жизни человека. Типология туристов и внешние факторы, определяющие			4	выполнение практического задания: разработка эскизов серии социальных					12	самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания: работа на

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
		туристскую активность.				плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России						специализированных выставках туриндустрии и рекламы по изучению аналогов и сбору материалов к практическим занятиям по тематике раздела
18 7		Групповая консультация							2	.груп. конс		
17 7	**3 контрольная точка**	**Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по теоретическому обоснованию дизайнерской концепции,**				Отчетная презентация материала Выступление с реферативным					**4**	подготовка реферата и презентации

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
		соответствующей разрабатываемому виду туризма и туристского продукта (аналоговый, аналитический и клаузурный) тестирование				докладом и его обсуждение						
17 - 18 7	**4 контрольная точка**	**Защита проекта в форме оценки выполнения контрольных заданий: 1) разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг, 2) разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме**				Защита проекта в форме оценки выполнения контрольных заданий					**2**	подготовка и оформление контрольных заданий к защите

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад.часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
		культурно-исторического и природного наследия России										
	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой - 2 час.											

© РГУТИС

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1. Основные понятия и организационные основы туризма			**Основная литература** 1. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2024. - ЭБС Znanium Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/document?id=439710 2. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г.Реклама в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2022. - ЭБС Znanium Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/document?id=392142 3.Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2026. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2224459 . – Режим доступа: по подписке. **Дополнительная литература** 1. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022 . https://znanium.ru/catalog/document?id=400300 2. Пушкарева, Т. П. Компьютерный дизайн : учебное пособие / Т. П. Пушкарева, С. А. Титова. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-7638-4194-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819273 3. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. - ЭБС "Znanium"
1	1.1. Туризм как сфера деятельности. Основные понятия и определения туризма	12	
2	1.2. Виды туристских организаций. Всемирные, международные и национальные организации. Туроператорская и турагентская деятельность	12	
3	1.3. Основные сегменты индустрии туризма. Индустрия транспортного обеспечения туризма. Каналы распространения и методы и методы стимулирования спроса в туриндустрии	12	
4	**Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по избранному виду туризма и туристского продукта (описательно-аналитический и иллюстративный)**	4	
2. Дизайн в системе формирования, продвижения и обеспечения туристских услуг			
5	2.1. Дизайн как специфическая область профессиональной деятельности в обеспечении качества жизни человека. Дизайн и материально-техническая, культурно – историческая и природно – экологическая базы туризма	12	
6	2.2. Дизайн и индустрия гостиничного дела, питания и развлечений	12	
7	2.3. Дизайн и основные направления рекламно-информационной деятельности в туриндустрии. Место и роль средств визуальных коммуникаций	12	
8	**Защита реферата**	6	
3. Основные факторы мотивации туризма, материально-культурные, духовно-эстетические и социопсихологические аспекты туризма			
9	3.1. Систематизация мотиваций и этапы принятия решения о приобретении туристского продукта. Особенности культурного и познавательного туризма	12	
10	3.2. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса. Своеобразие культуры туристских регионов России. Дизайн как фактор мотивации и предпочтений. Охрана и	12	

	использование культурно-исторического и природного наследия в туризме		Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/document?id=398371
11	3.3. Влияние туризма на жизнь общества. Туриндустрия в экономике страны и как фактор качества жизни человека. Типология туристов и внешние факторы, определяющие туристскую активность.	12	
12	**Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по теоретическому обоснованию дизайнерской концепции, соответствующей разрабатываемому виду туризма и туристского продукта (аналоговый, аналитический и клаузурный) тестирование**	4	
13	**Защита проекта в форме оценки выполнения контрольных заданий: 1) разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг, 2) разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России**	2	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компе-тенции, индика тора	Содержание компетенции, индикатора	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции, индикатора	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, индикатора обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	Способен к подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; в части индикаторов достижения компетенции				
		ПК-2.1. Осуществляет подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание	Разделы 1-3	- основные этапы предпроектных исследований	- проводить предпроектные исследования для подготовки и согласования с заказчиком проектного задания на	- навыками проведения предпроектных исследований в соответствии с предпроектным заданием

© РГУТИС

		объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации			разработку проектов для туриндустрии	
		ПК-2.2. Осуществляет художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Разделы 1-3	- основные законы дизайн-проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для туриндустрии	- разрабатывать дизайн-проекты для туриндустрии	- навыками художественно-технической разработки проектов для туриндустрии

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание основных этапов предпроектных исследований; основных законов дизайн-проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для туриндустрии. Умение проводить предпроектные исследования для подготовки и согласования с заказчиком проектного задания на разработку проектов для туриндустрии; разрабатывать дизайн-проекты для туриндустрии. Владение навыками проведения предпроектных исследований в соответствии с предпроектным заданием; навыками художественно-технической разработки проектов для туриндустрии.	Выполнение практических заданий, доклад-презентация, защита реферата, тестирование, групповой проект	Студент демонстрирует знание основных этапов предпроектных исследований; основных законов дизайн-проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для туриндустрии. Студент демонстрирует умение проводить предпроектные исследования для подготовки и согласования с заказчиком проектного задания на разработку проектов для туриндустрии; разрабатывать дизайн-проекты для туриндустрии. Студент демонстрирует владение навыками проведения предпроектных исследований в соответствии с предпроектным заданием; навыками художественно-технической разработки проектов для туриндустрии.	Развитие и закрепление способности осуществлять подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

© РГУТИС

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки при проведении тестирования (20 вопросов):

Выбрать один правильный ответ из предложенных четырех или два правильных ответа из предложенных пяти вариантов

Тест считается сданным при 50% и более правильных ответов. 1 балл выставляется за 10 правильных ответов, 2 балла выставляется за 11 правильных ответов, 3 балла выставляется за 12 правильных ответов, 4 балла - за 13 правильных ответов, 5 баллов - за 14 правильных ответов, 6 баллов - за 15 правильных ответов, 7 баллов - за 16 правильных ответов, 8 баллов - за 17 правильных ответов, 9 баллов – за 18 правильных ответов, 10 баллов - за 19-20 правильных ответов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении контрольных практических заданий (с презентацией материала)

Задание считается выполненным при выполнении не менее 50% практических заданий по теме блока

Критерии оценки	– при выполнении практических заданий было продемонстрировано владение основными методами и навыками профессиональной оценки и обоснования в формировании, продвижении и обеспечении туристских услуг в процессе дизайн-проектной деятельности, - владение основными методами визуализации дизайн-проектов для различных объектов туриндустрии -владение сновными методами предпроектного анализа и определения требований к формированию дизайн- концепции на приемах гармонизации форм, структур, комплексов и систем и функциональных композиционных решений для различных объектов современной туриндустрии –студент проявил творческий подход, предложил оригинальное решение
Показатели оценки	max 10 баллов
9 – 10 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока без замечаний по качеству исполнения
7 – 8 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока, но с незначительными замечаниями по качеству исполнения
5 – 6 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока, но с замечаниями по качеству исполнения
3-4 балла	Задание считается выполненным при выполнении 75% практических заданий по теме блока

© РГУТИС

1-2 балла	Задание считается выполненным при выполнении не менее 50% практических заданий по теме блока

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении оценке группового проекта

Задание считается выполненным при выполнении не менее 50% практических заданий

Критерии оценки	– при выполнении практических заданий было продемонстрировано владение основными методами и навыками профессиональной оценки и обоснования в формировании, продвижении и обеспечении туристских услуг в процессе дизайн-проектной деятельности, - владение основными методами визуализации дизайн-проектов для различных объектов туриндустрии -владение основными методами предпроектного анализа и определения требований к формированию дизайн- концепции на приемах гармонизации форм, структур, комплексов и систем и функциональных композиционных решений для различных объектов современной туриндустрии –студент проявил творческий подход, предложил оригинальное решение –
Показатели оценки	мах 15 баллов
13-15 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока без замечаний по качеству исполнения, оригинальное конструктивное и композиционное решение
10-12 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока без замечаний по качеству исполнения
7-9 баллов	Задание считается выполненным при выполнении не менее 100% практических заданий по теме блока, с замечаниями по качеству исполнения
4-6 баллов	Задание считается выполненным при выполнении 75% практических заданий по теме блока
1-3 балла	Задание считается выполненным при выполнении не менее 50% практических заданий по теме блока

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

© РГУТИС

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Зачет с оценкой проводится в форме защиты студентом авторской дизайнерской концепции по выбранной теме, включающей в себя реферативный доклад и презентацию творческого проекта

Критерии оценки	– при выполнении практических заданий было продемонстрировано владение основными методами и навыками профессиональной оценки и обоснования в формировании, продвижении и обеспечении туристских услуг в процессе дизайн-проектной деятельности, - владение основными методами визуализации дизайн-проектов для различных объектов туриндустрии -владение основными методами предпроектного анализа и определения требований к формированию дизайн- концепции на приемах гармонизации форм, структур, комплексов и систем и функциональных композиционных решений для различных объектов современной туриндустрии –студент проявил творческий подход, предложил оригинальное решение –
Отлично (5)	Выполнено не менее 100% практических заданий без замечаний по качеству исполнения, представлен надлежащий аналитический материал и предложено оригинальное дизайнерское решение по разрабатываемой теме
Хорошо (4)	Выполнено не менее 100% практических заданий, с несущественными замечаниями по качеству исполнения
Удовлетворительно (3)	Выполнено не менее 100% практических заданий, с замечаниями по качеству исполнения
Неудовлетворительно (2)	Зачет считается не сданным при выполнении менее 100% практических заданий
Зачет	Зачет считается сданным при выполнении не менее 100% практических заданий
Не зачет	Зачет считается не сданным при выполнении менее 100% практических заданий

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
1-5 7	1. Основные понятия и организационные основы	1.1. Отчетная презентация материала, изученного и собранного	1.1. Соответствие представленных материалов

© РГУТИС

	туризма	студентом по избранному виду туризма и туристского продукта (описательно-аналитический и иллюстративный)	разрабатываемому заданию и тематике раздела 1. Проводится на 5 неделе, 0-10 баллов
7-11 7	2. Дизайн в системе формирования, продвижения и обеспечения туристских услуг	2.1. Защита реферата	2.1. Защита реферата – оценивается на 11 неделе 0-10 баллов
13-17 7	3. Основные факторы мотивации туризма, материально-культурные, духовно-эстетические и социопсихологические аспекты туризма	3.1. Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по теоретическому обоснованию дизайнерской концепции, соответствующей разрабатываемому виду туризма и туристского продукта (аналоговый, аналитический и клаузурный)	3.1. Соответствие представленных материалов разрабатываемому заданию и тематике раздела 3. Проводится на 17 неделе, 0-10 баллов
17-18 7	Защита группового проекта	Защита группового проекта в форме оценки выполнения контрольных заданий: 1) разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг, 2) разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России	Защита группового проекта проводится по 17-18 неделе 0-15 баллов

© РГУТИС

Оценочные материалы
Задания закрытого типа

1. Деятельность - связанная с решением творческих задач, с заранее неизвестным результатом и предполагающая наличие основных этапов - это...?
а) исследовательская деятельность;
б) научная деятельность;
в) проектная работа;
г) познавательная деятельность.

2. Какое требование к объекту проектировании знаковых систем не является основным:
а) образность;
б) красочность;
в) инновационность;
г) системность.

3. Что такое предметная область проекта?
а) техническое задание, получаемое исполнителем от заказчика;
б) объемы проектных работ и их содержание, совокупность товаров и услуг, производство (выполнение) которых необходимо обеспечить как результат выполнения проекта;
в) направления и принципы реализации проекта;
г) причины, по которым был создан проект.

4. Приемы нахождения различных соединений, перестановок, сочетаний, размещений из данных элементов в определенном порядке это
а) проектирование;
б) динамика;
в) комбинаторика;
г) моторика.

5. Логотип в графическом дизайне - это:
а) любой графический товарный знак;
б) рекламный девиз (слоган);
в) словесный товарный знак;
г) символическое изображение фирмы.

6. Метрический ряд выражает:
а) хаотичную структуру;
б) закономерное повторение одинаковых элементов;
в) покой и равновесие;
г) чередование различных знаков.

7. Материальный, чувственно воспринимаемый предмет (явление, действие), выступающий в процессе познания и общения в качестве представителя (заместителя) другого предмета или явления и используемый для приёма, хранения, преобразования и передачи информации об этом замещаемом предмете или явлении – это:
а) товарный знак;

© РГУТИС

б) знак;
в) символ;
г) бренд;
д) вещь.

8. Знаковая система -
а) визуальная форма, которая подчеркивающая смысловое содержание текста;
б) система знаков визуальной коммуникации;
в) прием достижения условности;
г) графико-орфографические объекты.

9. Творческая стилизация это -
а) общность образной системы
б) способ художественного преобразования реальных форм природного и предметного мира с целью изменения его эстетического функционального значения в художественном изображении;
в) распредмечивание и подбор нового предметного качества;
г) синтез образных представлений идеального мира.

10. Как называется набор графических, цветовых, словесных, дизайнерских, типографических постоянных элементов (или констант), которые обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров или услуг, всей информации, исходящей от фирмы, а также ее внешнего и внутреннего оформления?
а) портфолио;
б) арсенал художественных средств графики;
в) фирменный стиль;
г) концепция фирмы.

11. Материальный, чувственно воспринимаемый предмет (явление, действие), выступающий в процессе познания и общения в качестве представителя (заместителя) другого предмета или явления и используемый для приёма, хранения, преобразования и передачи информации об этом замещаемом предмете или явлении – это:
а) товарный знак;
б) знак;
в) символ;
г) бренд;
д) вещь.

12. Знаковая система -
а). визуальная форма, которая подчеркивающая смысловое содержание текста;
б). система знаков визуальной коммуникации;
в). прием достижения условности;
г). графико-орфографические объекты.

13. Товарная марка предназначена для того, чтобы
а) компенсировать недостающее товару качество;
б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар;

© РГУТИС

в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных;
г) все ответы верны.

14. Любая реклама построена на:
а) конкуренции, бонусах, скидках;
б) потребности, ожидании, восприятии;
в) дизайне, слогане, медиатексте;
г) ассоциации, внушении, гиперболе.

15. Штенденры, воблеры, стопперы - это
а) POS материалы;
б) BTL-продукты;
в) Press-kit;
г) MERCH-продукт.

16.Назовите основную составляющую процесса стилизации в проектировании.
а) объективное формообразование;
б) психологическое «очеловечивание»;
в) физическое овеществление;
г) субъективное формообразование.

17. Орнаментальная композиция это -
а) стилизованное изображения мотива;
б) сумма единичных орнаментов;
в) упорядоченное и закономерное построение;
г) симметричное изображение, повторяемое с определенным ритмом.

18. Четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается - …
а) слоган;
б) бриф;
в) логотип;
г) бренд.

19. Прием нахождения различных соединений, перестановок, сочетаний, размещений из данных элементов в определенном порядке это
а) проектирование;
б) динамика;
в) комбинаторика;
г) моторика.

20. Укажите основные цели рекламной кампании в туризме
а) продвижение и позиционирование турпродукта отстройка от конкурентов;
б) отстройка от конкурентов и приближение к аналогам;
в) изучение спроса и отстройка от конкурентов;
г) отстройка от конкурентов и апробация нового турпродукта.

© РГУТИС

2.1. Термин «позиционирование» впервые ввел в научный и практический оборот:
- Джон Кейплз;
- Россер Ривз;
- Джек Траут

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.2. Многократно сфальцованное издание с целью показа товара с помощью фотографий или рисунков - это:
- иллюстрированный журнал
- буклет
- листовка
- каталог

Время выполнения – 1 мин.
Форма - закрытая

2.3. Крупноформатное несфальцованное издание с односторонней печатью – это:
- плакат
- листовка
- брошюра
- каталог

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.4. Сброшюрованное или переплетенное печатное издание, содержащее систематизированный перечень большого числа товаров:
- плакат
- листовка
- брошюра
- каталог

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.5. Типы носителей наружной рекламы:
- билборд
- каталог
- плакат
- листовка

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.6. Типы носителей наружной рекламы:
- реклама в метро
- листовка
- плакат
- медиафасад

Время выполнения – 1 мин.

© РГУТИС

Форма – закрытая

2.7. Типы носителей транзитной рекламы:
- билборд
- реклама на асфальте
- плакат
- брандмауэр

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.8. Рекламный модуль - это
- единица рекламной площади в печатных СМИ
- определенное место под рекламу на улицах города
- промежутки между программами передач в телеэфире
- часть рекламной концепции фирмы

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.9. Формат билборда:
- 6 × 3 м
- 1,2 × 1,8 м
- 12,5 × 40 м
- 1,4 х 3 м

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.10. Информационно- рекламный материал, небольшое по объему, чаще многоцветное, с рисунками или фотографиями рекламное описание фирмы или конкретного продукта, услуги – это:
- каталог
- проспект
- информационное письмо
- буклет

Время выполнения – 1 мин.
Форма - закрытая

2.11.Реклама, которая включает в себя флаеры, листовки, рекламные брошюры, календари, справочники, каталоги, визитки, плакаты - это:
- печатная реклама
- наружная реклама
- реклама в прессе
- фирменная реклама

Время выполнения – 1 мин.
Форма - закрытая

2.12. Использование в журнальном рекламном сообщении такого элемента теории

© РГУТИС

массовой коммуникации как «уникальность» предполагает:
однократное размещение рекламных сообщений
- реализацию принципа существенного отличия образной, художественной формы публикации от аналогичных
- многократное размещение рекламных сообщений одного и того же вида с заданной периодичностью
Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.13. Прайм тайм – это
- наиболее удобное с точки зрения охвата аудитории время для размещения рекламы по радио и телевидению
- выгодное время года для рекламирования отдельных видов товаров и услуг
- выгодное время на рынке для вывода нового товара
- выгодное положение фирмы на рынке по сравнению с конкурентами
Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.14. К Интернет-рекламе относятся носители:
- медиафасад
- билборд
- календарь
- баннер
Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.15. Логотип - это...
- оригинальное графическое начертание имени фирмы или названия товара
- рекламный девиз
- рекламный текст в газете или журнале
- подпись под рекламной фотографией
Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.16. Брендинг — это:
- деятельность по установлению устойчивых связей с общественностью, включающая контур обратной связи, направленной на формирование позитивного мнения по отношению к источнику данного процесса коммуникации;
- деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару и товарной марке, основанная на комплексном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, фирменного стиля, качества и сервиса, объединенных общей идеей и однотипным оформлением, выделяющих товар среди товаров конкурентов и создающих хорошо запоминающийся, позитивный образ;
- деятельность, предпринимаемая в целях создания, поддержания или изменения позиций и(или) поведения целевых аудиторий по отношению к конкретным организациям.
Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

© РГУТИС

2.17. Самый действенный вид массовой рекламы средствами информации:
- радиореклама
- реклама в прессе
- телереклама
- печатная реклама

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.18. Мероприятия sales promotion :
- фирменный пакет
- раздача бесплатных образцов
- живая реклама
- розыгрыш специальных призов
- промостойка

Время выполнения – 1 мин.
Форма – закрытая

2.19. Критерием эффективности рекламы выступает:
- сопоставления числа лиц, запомнивших и не запомнивших рекламу
- рост продаж рекламируемого товара
- оптимальное соотношение затрат на рекламу и прибыли от продажи рекламируемого товара
- минимальные затраты на рекламу при росте прибыли от продаж рекламируемого товара

Время выполнения – 1 мин.
Форма - закрытая

2.20. К рациональным формам мотивации рекламы в прессе относятся мотивы:
- справедливости и порядочности
-прибыльности или выгоды, удобства, здоровья, надежности и гарантий
- мотивы страха и радости
- защиты окружающей среды

Время выполнения – 1 мин.
Форма - закрытая

Типовые практические задания

Контрольные практические задания направлены на оценивание формирования следующих компетенций в процессе освоения дисциплины:

ПК-2 – Способен к подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; художественно-технической разработке дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части:

ПК-2.1 Осуществляет подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

ПК-2.2 Осуществляет художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникацииЗачет с оценкой

© РГУТИС

проводится в форме защиты студентом авторской дизайнерской концепции по выбранной теме, включающей в себя реферативный доклад и презентацию творческого проекта

Типовые контрольные задания для практических занятий

1. Разработка дизайн-концепции:
    1. Разработка дизайн-концепции наружной рекламы фестиваля финно-угорского фольклора
    2. Оздоровительный комплекс в Геленджикском районе
    3. Гостиничный комплекс «Боровое»
    4. Оздоровительный комплекс в Краснодарском крае
    5. Гостиница в парковой зоне пригорода Санкт-Петербурга
    6. Реконструкция гостиницы при зоне аэропорта
    7. Дизайн-концепция одежды для туристического тура по региону
    8. Дизайн-концепция одежды для активного туризма
    9. Разработка дизайн-проекта противолавинного рюкзака тля зимнего фрирайда
    10. Разработка дизайн-проекта «Вагонет для конных прогулок в Крыму»
    11. Разработка комплекса пляжного оборудования для отдыха
    12. Пеший тур. Достопримечательности Кировской области
    13. Лечебно-оздоровительный туризм в Курганской области
    14. Туры по Челябинской области
    15. Сплав по Чусовой
    16. Экскурсионный тур по истории Татарстана
    17. Бурятия. Путешествие по Сакральной Баргузинской долине
    18. Тур «Вулканы Камчатки»
    19. Целебные озера Хакасии
    20. Разработка фирменного стиля и дизайна наружной рекламы для экологического форума по вопросам защиты природы Арктики «Чистая среда».
    21. Дизайн-концепция выставочного стенда туристического агентства «Кругосвет», направление – Аургазийский район Республики Башкортостан
    22. Эко-тур «Водопады Алтайского края».

2. Разработка дизайн-концепции по внутреннему туризму в России по теме реферата: базовые элементы фирменного стиля турагентства, рекламно-информационная продукция по продвижению туристских услуг, средовой объект, дизайн товаров народного потребления.

3.Разработка презентации по теме реферата.

Защита группового проекта проводится в форме оценки выполнения контрольных заданий: 1) разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг, 2) разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России 0-15 баллов

7.4. Содержание занятий семинарского типа

© РГУТИС

Практическое занятие – это разновидность контактной работы с преподавателем, в ходе которой формируются и закрепляются необходимые для дизайнера профессиональные компетенции.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» в предлагаемой методике обучения выступают занятия семинарского типа в виде практических занятий в форме выполнения практических заданий. Степень освоения компетенций оценивается как оценка выполнения практических заданий, которые студент выполняет на практических занятиях под руководством преподавателя.

Цель практических занятий по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» - усвоение студентами основных категорий и понятий туризма в контексте изучения общих и специфических особенностей различных областей применения дизайнерской художественно-проектной деятельности в формировании, продвижении и обеспечении туристских услуг; понимание основных факторов мотивации туризма , материально-культурных, социопсихологических и духовно-эстетических аспектов формирования и развития отечественной индустрии туризма; овладение основными навыками креативного применения художественно-выразительных и эргодизайнерских приемов и методов в понимании и эскизной разработке объектов предметно-пространственной среды в различных сегментах функционирования современной туриндустрии; формирование у студентов исследовательских навыков, аналитического мышления и системного подхода в понимании и оценке роли, места и значения дизайна в индустрии туризма.

Задачи практических занятий – в процессе обучения студенты должны научиться определять место и роль дизайна как специфической области профессиональной деятельности в художественном проектировании предметно-пространственной среды для современной туриндустрии; рассмотреть принципы, классификацию и основные направления организационных, коммуникационных, информационных и дизайн - проектных технологий в индустрии формирования, развития и продвижения туристских услуг; дать характеристику основных элементов материально-культурной, социопсихологической и духовно-эстетической базы современного российского и зарубежного туризма; изучить основные области и механизмы реализации соответствия эстетических и функциональных потребительских свойств предметно-пространственных элементов туристского продукта;проанализировать методы творческого анализа и прикладных художественно-проектных решений в различных сегментах современной индустрии туризма.

Тематика практических занятий

Тематика практических занятий должна соответствовать рабочей программе дисциплины.

Очная форма обучения

Раздел 1. Основные понятия и организационные основы туризма

Практическое занятие 1.1.

Вид практического занятия: работа в группах

План занятия: Туризм как сфера деятельности. Основные понятия и определения туризма.

работа над формулировкой структуры, форм и направлений деятельности определенного туристического агентства (по выбору студента)

Цель занятия: углубление и расширение знаний о деятельности туристического агентства

© РГУТИС

Практические навыки: сбор и анализ необходимой информации для формулировки структуры, форм и направлений деятельности туристического агентства

Продолжительность занятия – 4 часа.

Практическое занятие 1.2.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия Виды туристских организаций. Всемирные, международные и национальные организации. Туроператорская и турагентская деятельность

работа над формулировкой структуры, форм и направлений деятельности определенного туристического агентства (по выбору студента)

Цель занятия: углубление и расширение знаний о деятельности туристического агентства

Практические навыки: сбор и анализ необходимой информации для формулировки структуры, форм и направлений деятельности туристического агентства

Продолжительность занятия – 4 часа.

Практическое занятие 1.3.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Основные сегменты индустрии туризма. Индустрия транспортного обеспечения туризма. Каналы распространения и методы и методы стимулирования спроса в туриндустрии

разработка обоснования сегмента, транспортного обеспечения, каналов распространения и методов стимулирования спроса

Цель занятия: освоить особенности функционирования субъекта туриндустрии для выявления направлений применения средств дизайна для проектирования рекламы

Практические навыки: сбор и анализ необходимой информации для выявления направлений применения средств дизайна для проектирования рекламы конкретного предприятия туриндустрии

Продолжительность занятия – 4 часа.

Раздел 2. Дизайн в системе формирования, продвижения и обеспечения туристских услуг

Практическое занятие 2.1.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Дизайн как специфическая область профессиональной деятельности в обеспечении качества жизни человека. Дизайн и материально-техническая, культурно – историческая и природно – экологическая базы туризма

разработка предпроектных поисковых решений для формирования элементов комплексной дизайнерской концепции на сформулированную тему

Цель занятия: разработка дизайн-концепции

Практические навыки: проведение предпроектного анализа, формулировка проектной задачи

Продолжительность занятия – 4 часа.

© РГУТИС

Практическое занятие 2.2.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Дизайн и индустрия гостиничного дела, питания и развлечений

работа над аналитической художественно-проектной клаузурой, отражающей содержание и специфику культурно-исторических и природно-экологических особенностей в туризме.

Цель занятия: разработка эскизов по проекту

Практические навыки: разработка клаузуры, отражающей культурно-исторические и природно-экологические особенности объекта туризма

Продолжительность занятия – 4 часа.

Практическое занятие 2.3.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Дизайн и основные направления рекламно-информационной деятельности, а туриндустрии. Место и роль средств визуальных коммуникаций

эскизная разработка дизайна элементов гостиничного обеспечения и развлечений

Цель занятия: разработка дизайна элементов гостиничного обеспечения и развлечений

Практические навыки: разработка эскизов по конкретной теме

Продолжительность занятия – 4 часа.

Раздел 3. Основные факторы мотивации туризма, материально-культурные, духовно-эстетические и социопсихологические аспекты туризма

Практическое занятие 3.1.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Систематизация мотиваций и этапы принятия решения о приобретении туристского продукта.

Особенности культурного и познавательного туризма

разработка дизайна базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг

Цель занятия: разработка базовых элементов фирменного стиля турагентства и рекламно информационной продукции по продвижению туристских услуг

Практические навыки: разработка дизайна фирменного стиля и рекламно-информационной продукции для конкретного заказчика

Продолжительность занятия – 4 часа.

Практическое занятие 3.2.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Роль элементов культуры в формировании туристского интереса. Своеобразие культуры туристских регионов России. Дизайн как фактор мотивации и предпочтений. Охрана и использование культурно-исторического и природного наследия в туризме

© РГУТИС

разработка цветографических поисковых решений на материале региональных этнокультурных особенностей российского туризма

Цель занятия: разработка эскизов для дизайн-проекта с учетом региональных и этнокультурных особенностей конкретного региона

Практические навыки: разработка клаузуры с учетом региональных и этнокультурных особенностей конкретного региона

Продолжительность занятия – 4 часа.

Практическое занятие 3.3.

Вид практического занятия: выполнение практического задания под контролем преподавателя

План занятия: Влияние туризма на жизнь общества. Туриндустрия в экономике страны и как фактор качества жизни человека. Типология туристов и внешние факторы, определяющие туристскую активность.

разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России

Цель занятия: разработка эскизов серии социальных плакатов (листовок) по охране и использованию в туризме культурно-исторического и природного наследия России

Практические навыки: разработка социальных плакатов с учетом культурно-исторических и природных особенностей конкретного региона

Продолжительность занятия – 4 часа.

Интерактивные практические занятия

В преподавании дисциплины «Основы дизайна в туриндустрии» возможно применять следующие образовательные технологии: работа в группах, разработка проекта, презентация.

В процессе преподавания дисциплины «Основы дизайна в туриндустрии» необходимо использовать метод презентации: демонстрировать иллюстрации по теме занятия в виде слайдов с применением диапроектора или цифрового проекта, а также мультимедийных презентаций.

Работа в группах.

В ходе занятий перед группой обучающихся ставятся задачи - практическое выполнение методом активного анализа доступных материалов и творческого художественно-проектного поиска разработки туристского маршрута для какого-либо из регионов Россиии и дизайнерской концепции его позиционирования и прожвижения. Для этого обучающиеся делятся на пары и выполняют задание по одному региону с различными, но взаимодополняющими задачами по брендированию вида туризма.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся возможность участвовать в работе, практиковать навыки профессионального сотрудничества, межличностного общения, а также необходимые практические умения и навыки в дизайн-проектной деятельности.

Методика применения ОС

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия).

© РГУТИС

При организации групповой работы, следует обращать внимание на следующие ее аспекты: нужно убедиться, что учащиеся обладают знаниями и умениями, необходимыми для выполнения группового задания. Надо стараться сделать свои инструкции максимально четкими.

Презентация

В процессе преподавания дисциплины «Основы дизайна в туриндустрии» необходимо на лекционных и практических занятиях применять метод **презентации** с использованием различных вспомогательных средств: видео, слайдов, постеров, компьютеров и т.п., с последующим обсуждением материалов.

Цель: организация процесса изучения теоретического содержания в интерактивном режиме.

Задачи:

совершенствование способов поиска, обработки и предоставления новой информации; развитие коммуникативных навыков; актуализация и визуализация изучаемого содержания на лекции.

Методика применения ОС

Перед презентацией необходимо поставить перед обучаемыми несколько ключевых вопросов. Можно останавливать презентацию на заранее намеченных позициях и проводить дискуссию. По окончании презентации необходимо обязательно совместно со студентами подвести итоги и озвучить извлеченные выводы.

Критерии оценки при проведении отчетной презентации:

Соответствие представленных материалов разрабатываемому заданию и тематике раздела

За презентацию качественного материала студент получает от 0 до 10 баллов (8-10 баллов при полном раскрытии темы и качественном обосновании, 5-7 баллов при не раскрытии некоторых вопросов тематики раздела, 1-4 баллов при раскрытии большей части вопросов темы, но не качественно представлен аналитический и иллюстративный материалы, 0 – не представлен отчетный материал).

Раздел 2. Дизайн в системе формирования, продвижения и обеспечения туристских услуг

2.2 Защита реферата 0-10 баллов

Критерии оценки защиты реферата

За представление и защиту качественного, иллюстрированного реферата студент получает от 0 до 10 баллов (8-10 баллов при полном раскрытии темы и качественной защите, 5-7 баллов при качественной защите, но не раскрытии некоторых вопросов темы, 1-4 баллов при раскрытии всех вопросов темы, но не качественно представлена защита или защита представлена качественно, но многие вопросы не рассмотрены, 0 – не представлен реферат).

Раздел 3. Основные факторы мотивации туризма, материально-культурные, духовно-эстетические и социопсихологические аспекты туризма

3.1. Отчетная презентация материала, изученного и собранного студентом по теоретическому обоснованию дизайнерской концепции, соответствующей разрабатываемому виду туризма и туристского продукта (аналоговый, аналитический и клаузурный) 0-10 баллов

Критерии оценки при проведении отчетной презентации:

Соответствие представленных материалов разрабатываемому заданию и тематике раздела

© РГУТИС

За презентацию качественного материала студент получает от 0 до 10 баллов (8-10 баллов при полном раскрытии темы и качественном обосновании, 5-7 баллов при не раскрытии некоторых вопросов тематики раздела, 1-4 баллов при раскрытии большей части вопросов темы, но не качественно представлен аналоговый, аналитический и клаузурный материалы, 0 – не представлен отчетный материал).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под науч. ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 170 с. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1855506
2. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 158 с. — URL: https://znanium.ru/catalog/product/2134046
3. Строев, В. В., Развитие туризма в России : учебник / В. В. Строев, А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — Москва : Русайнс, 2024. — 169 с. — URL: https://book.ru/book/953601
4. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2026. - 176 с. - (Бакалавриат). - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2224459
Туризм и культурное наследие : учебное пособие / Е. С. Цепилова, О. И. Беляева, С. В. Ласковец [и др.]. — Москва : КноРус, 2026. — 253 с. — URL: https://book.ru/book/960010

8.2. Дополнительная литература

1. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1195622
2. Осипова, Е. А. Региональный социокультурный брендинг в создании позитивного имиджа России / Е. А. Осипова. - Текст : электронный // Znanium.com. - 2017. - №1-12. - URL: https://znanium.com/catalog/product/525039
3. Практический опыт формирования территориального бренда : монография / В. С. Старостин, Г. В. Довжик, О. А. Васильева [и др.] ; под ред. В. С. Старостина. — Москва : Русайнс, 2022. — 279 с. — URL: https://book.ru/book/946409

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система Znanium.com: http://znanium.ru/
2. Электронная библиотечная система Book.ru: http://book.ru/

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. **Microsoft** Windows
2. Microsoft Office
3. Каталог Всероссийской государственной библиотеки иностранной литературы им. М.И. Рудомино (ВГБИЛ): www.libfl.ru

© РГУТИС

4. Информационно-справочная система Российской государственной библиотеки (РГБ): http://www.rsl.ru/
5. Научная электронная библиотека "E-library.ru" (информационно-справочная система): http://elibrary.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины «Основы дизайна в туриндустрии», предусматривает контактную (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям, работа над рефератом, выполнение практических заданий) работу обучающегося. В качестве основной методики обучения были выбраны: метод объяснительно-иллюстративный (информативно-рецептивный), проблемное изложение, эвристический (частично-поисковый), репродуктивный метод.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» в предлагаемой методике обучения выступают занятия лекционного типа в форме традиционных лекций и проблемных лекций, практические занятия в форме работы в группах, выполнения практических заданий, выступление с реферативными докладами и их обсуждение, самостоятельная работа студента в форме самоподготовки к лекционным и практическим занятиям, выполнения практических заданий, подготовки реферата, групповые и индивидуальные консультации.

- *лекции*

Лекционные занятия рекомендуется проводить в форме традиционных и проблемных лекций (информационных и проблемно-исследовательских) с применением проблемного метода обучения: с выделением в каждой теме одного или нескольких вопросов, по которым организуются проблемные ситуации. Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

На первом занятии по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» необходимо ознакомить студентов с этапами изучения дисциплины, раскрыть место этой дисциплины в системе наук, ее практическое значения для дизайнера, указать формы отчетности и требования кафедры, ответить на вопросы. В установочной лекции необходимо уделить время технологии конспектирования. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности

При подготовке к лекционным занятиям необходимо составить план проведения каждой лекции, определить содержание вступительной, основной и заключительной части лекции, ознакомиться со специальной литературой по теме лекции. Подобрать и подготовить изобразительные материалы для демонстрации иллюстраций (слайды, таблицы, видеозаписи, изображения в цифровом виде).

В начале лекции преподаватель должен назвать тему лекции, познакомить студентов с рекомендуемой для изучения литературой по теме занятия. Необходимо указать на связь темы лекции с ранее изученным материалом (принцип преемственности), а также какое значение эта тема имеет для последующего изучения курса (принцип перспективности).

© РГУТИС

При изложении материала желательно знакомить студентов с разными точками зрения и научными подходами к объяснению тех или иных явлений и процессов, что особенно актуально для тем, связанных с теорией моды. Следует аргументировано обосновывать собственную позицию по спорным вопросам и обязательно приводить конкретные примеры. Важно не забывать задавать по ходу изложения материала вопросы, чтобы поддерживать интерес аудитории. Новые слова и термины обязательно писать на доске, чтобы студенты записывали их в своих конспектах правильно. Преподаватель должен руководить работой студентов по конспектированию лекционного материла, акцентировать внимание на важных моментах, диктовать основные определения. Важно выработать у студентов установку на запоминание, выделяя самое главное в информации, сосредоточивая внимание на том, что особенно значимо для усвоения. В заключительной части лекции необходимо сформулировать общие выводы по теме.

Тематика лекционных занятий должна соответствовать рабочей программе дисциплины.

- *практические занятия*

- В результате практических занятий студенты должны:
- овладеть основными навыками креативного применения художественно-выразительных и эргодизайнерских приемов и методов в понимании и эскизной разработке объектов предметно-пространственной среды в различных сегментах функционирования современной туриндустрии;
- формировать исследовательские навыки, навыки аналитического мышления и системного подхода в понимании и оценке роли, места и значения дизайна в индустрии туризма.

проанализировать методы творческого анализа и прикладных художественно-проектных решений в различных сегментах современной индустрии туризма.

Главная задача практических занятий – развитие познавательных способностей и активности студентов, их творческой инициативы, развитие исследовательских умений, способности аргументировано отстаивать свою точку зрения. объяснительным (дополнение и пояснение информации лекционного курса).

Тематика практических занятий должна соответствовать рабочей программе дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, поиска теоретического и иллюстративного материала для подготовки проекта, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации,

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;

© РГУТИС

– формирование навыков работы со специальной периодической, научной литературой и другими источниками информации с целью более всестороннего и глубокого знакомства с темой, дополнение и закрепление знаний, полученных на лекционных занятиях, подготовки к зачету.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

Формы самостоятельной работы

Рабочей учебной программой дисциплины «Основы дизайна в туриндустрии» предусмотрено несколько видов самостоятельной работы: самоподготовка к лекционным и практическим занятиям, выполнение практического задания.

Перечень тем самостоятельной работы обучающихся по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Основы дизайна в туриндустрии» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	Проектная лаборатория графического дизайна, Специализированная учебная мебель Демонстрационные материалы для проведения практических занятий Предметы, необходимые для создания учебных постановок и макетирования Доска Учебная аудитория: специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска

© РГУТИС

© РГУТИС