**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА**  
**Практико-ориентированного интегрированного занятия-проекта**  
**по специальности 43.02.10 «Туризм» / 43.02.11 «Гостиничный сервис»**

**Тема проекта:** «Создание и продвижение регионального туристского продукта «Умный уикенд: от концепции до гостевого опыта»

**Автор-разработчик:** Бурая Кира Сергеевна, преподаватель специальных дисциплин.

**Вид методической продукции:** Методическая разработка комплексного учебного занятия (серии занятий) в форме проектного образовательного события с элементами технологии смешанного обучения и «Профессионалы».

**1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ БЛОК**

**1.1. Методическая идея (фишка)**

Трансформация разрозненных тем учебного плана в единый сквозной проект, имитирующий реальный профессиональный цикл: от анализа рынка и создания турпакета до разработки гостиничного предложения и финальной продажи клиенту. Студенты работают в междисциплинарных проектных командах (консалтинговых бюро), выполняя роли туроператора, отельера, менеджера по продажам и цифрового маркетолога.

**1.2. Актуальность и новизна**

* Новизна: Интеграция компетенций двух смежных специальностей («Туризм» и «Гостиничный сервис») в рамках одного проекта, что соответствует реальной отраслевой логике.

1. Актуальность: Фокус на создании опыта (experience), а не просто услуги, с обязательным использованием инструментов цифрового продвижения (соцсети, таргетинг, контент-план). Проект основан на реальных данных и трендах (устойчивый туризм, локализация, персонализация).

**1.3. Нормативное обоснование (Связь с ФГОС)**

Проект формирует ключевые **Профессиональные (ПК)** и **Общие (ОК)** компетенции:

**ПК 2.1.** Оформлять и обрабатывать заказы клиентов.

**ПК 2.2.** Координировать работу по реализации заказа.

**ПК 2.3.** Организовывать и осуществлять бронирование и продажу

гостиничных услуг.

**Охватываемые МДК/Дисциплины:** МДК.02.01 «Туроператорский услуги», МДК.01.01 «Технология продаж и продвижения», МДК «Технологии гостиничного сервиса», «Маркетинг», «Менеджмент».

**2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ БЛОК (ПОШАГОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ)**

Проект рассчитан на 16 академических часов (8 занятий по 2 часа) и реализуется в три этапа.

| **Этап** | **Название и цель этапа** | **Содержание деятельности** | **Форматы и методы** | **Результат этапа** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **I. АНАЛИТИКА И КОНЦЕПЦИЯ (4 часа)** | **«Market & Mind Research»** Цель: Провести анализ и сформировать уникальное торговое предложение (УТП). | 1. **Анализ ресурсов региона** (природные, культурные, инфраструктурные). 2. **Исследование ЦА:** Портрет путешественника поколения Z/Y (опросы, данные из соцсетей). 3. **SWOT-анализ** конкурентных предложений. 4. **Формулировка УТП** и названия турпродукта. | Работа с открытыми данными, кейс-стади, мозговой штурм (метод «6 шляп мышления»), работа в командах (Google Docs/Miro). | **Концепт-документ:** УТП, название, целевая аудитория, ключевая идея тура. |
| **II.ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАСЧЕТЫ (6 часов)** | **«Product & Service Design»** Цель: Разработать технологическую карту тура и рассчитать его стоимость. | 1. **Разработка программы «умного уикенда»** (2 дня/1 ночь) с детальной технологической картой. 2. **Подбор и «виртуальные переговоры» с поставщиками** (гостиницы, музеи, транспорт, кейтеринг) на основе реальных прайсов. 3. **Расчет себестоимости, прибыли и итоговой цены.** 4. **Разработка гостевого пути (customer journey map)** в отеле-партнере: от бронирования до выезда. | Ролевая игра («переговоры с поставщиком»), расчетные практикумы, метод проектных задач. Разработка карты путешествия (CJM). | **Пакет документов:**  1.Технологическая карта тура.  2. Калькуляция стоимости.  3. Карта гостевого пути (CJM). |
| **III. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ (6 часов)** | **«Pitch & Promotion»** Цель: Создать промоматериалы и защитить проект перед экспертами. | 1. **Создание цифрового контента:** - Прототип промо-страницы (на Tilda/Readymag). - Контент-план для Соц.сетей (3-5 постов). - Сценарий reels-видео «Приглашение в тур». 2. **Подготовка итоговой презентации (питча)** для «инвесторов» (жюри). 3. **Проведение финальной защиты-конкурса.** | Работа с цифровыми конструкторами, скрайбинг, метод питчинга, peer-реview (взаимооценка групп). | **Презентационный пакет:**  1. Питч-презентация.  2. Промо-страница/аккаунт. 3.  Видео-приглашение. |

**3. РЕСУРСНОЕ И ДИАГНОСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

**3.1. Материально-техническое оснащение:**

* **Аппаратное:** Компьютерный класс с доступом в интернет, смартфоны для съемки, проектор.
* **Программное:** Пакет MS Office/Google Workspace, онлайн-доски, конструкторы сайтов (Tilda), графические редакторы (Canva).

**3.2. Дидактические материалы (приложения к разработке):**

* **Приложение 1:** Бланк-шаблон «Концепт-документа проекта».
* **Приложение 2:** Пример технологической карты тура (образец заполнения).
* **Приложение 3:** Чек-лист для оценки финального питча (по критериям, аналогичным «Профессионалы»).
* **Приложение 4:** Глоссарий современных терминов (Customer Journey Map, UX, таргетинг, UGC и др.).

**3.3. Система оценки (формирующее и итоговое оценивание):**

* **Формирующее (в процессе):** Экспертные карты, выполнение контрольных точек, взаимооценка внутри команды.
* **Итоговое (финальная защита):** Оценка по критериям (макс. 100 баллов):
  + **Аналитика и концепция (20 баллов):** Глубина исследования, оригинальность УТП.
  + **Проектирование (30 баллов):** Реалистичность и детализация тура, корректность расчетов.
  + **Продвижение (30 баллов):** Креативность и эффективность цифровых материалов.
  + **Презентация (20 баллов):** Качество публичного выступления, работа в команде, ответы на вопросы.

**4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ И РЕЗУЛЬТАТЫ**

**4.1. Ожидаемые образовательные результаты:**

* Предметные: Студенты смогут самостоятельно выполнить полный цикл создания и калькулирования туристско-гостиничного продукта.
* Метапредметные: Сформируются навыки проектного управления, кросс-функциональной командной работы, публичных выступлений, цифровой грамотности.
* Личностные: Повысится мотивация, ответственность за результат, развивается профессиональная идентичность («я – не студент, я – специалист»).

**4.2. Продукты проекта (материализованный результат):**

1. **Готовый к потенциальному запуску турпакет** с полным пакетом документов.
2. **Портфолио проекта** для каждого студента (можно использовать при трудоустройстве).
3. **Банк студенческих проектных идей** для региональных туроператоров и отелей (как возможное социальное партнерство).

**4.3. Возможности тиражирования и адаптации:**

Методика является **модульной**. При дефиците времени можно реализовать только один этап (например, «Продвижение»). Ее можно адаптировать под любую специальность в сфере услуг, изменив тематику проекта (например, «Организация ивента» или «Разработка концепции ресторана»).

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Данная методическая разработка представляет собой **готовый сценарий переноса учебного процесса в плоскость реальной проектной деятельности**. Она позволяет в рамках действующего ФГОС создать условия для формирования специалиста нового типа: не просто исполнителя, а творца, аналитика и коммуникатора, способного создавать востребованный продукт в цифровой экономике.

**Преподаватель выступает в роли:** модератора, консультанта по запросу и связующего звена с профессиональным сообществом (приглашенные эксперты на защите).