

НПОУ «ЯКУТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

Специальность: 43.02.10 Туризм

Квалификация специалист по туризму

Форма обучения очная

Якутск 2020

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10. Туризм.

Организация-разработчик: НПОУ Якутский колледж инновационных технологий

Разработчики: Егорова Е.М., ст. преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТуРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Предоставление турагентских услуг».

В части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Предоставление турагентских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.

ДПК 1.1 Разрабатывать экскурсионные программы обслуживания.

ДПК 1.2 Проводить экскурсии.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

– выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;

– проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;

– взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;

– оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;

– оказания визовой поддержки потребителю;

– оформления документации строгой отчетности;

– планирования программ экскурсий;

– разработка экскурсионных программ обслуживания.

уметь:

– определять и анализировать потребности заказчика;

– выбирать оптимальный туристский продукт;

– осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);

- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
 - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
 - осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
 - принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами;
 - обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
 - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
 - представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
 - оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
 - оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
 - составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
 - приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
 - принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
 - предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
 - консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
 - доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;
 - учитывать потребности экскурсионных групп и индивидуальных туристов;
 - разрабатывать методические основы для проведения экскурсии;
 - рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов.
- знать:
- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
 - требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
 - различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
 - методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
 - технологии использования базы данных;
 - статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
 - особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;

- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию;
- формы и методы проведения экскурсий;
- содержание и правила проведения экскурсий;
- нормативно-правовые документы, регламентирующие осуществление экскурсионной деятельности.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:
всего – часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 319 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 203 часа;

лекционные занятия – 76 часов;

практические занятия – 64 часа;

лабораторные занятия – 12 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 112 часов;

учебная практика – 72 часа;

производственная практика – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работ (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-ПК 1.7	МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	159	95	33	29	62	-		-
ПК 1.1-ПК 1.7, ДПК 1.1, ДПК 1.2	МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности	160	108	43	22	50			-
ПК 1.1-ПК 1.7, ДПК 1.1, ДПК 1.2	Учебная практика	72						72	
ПК 1.1-ПК 1.7, ДПК 1.1, ДПК 1.2	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	36	-						36
	Всего:	427	203	76	51	90	-	72	36

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта		44	
Тема 1.1. Туристская индустрия	Содержание материала		
	1. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии. 2. Тенденции развития туристского спроса.	2	1
Тема 1.2. Туристский продукт как продукт туристской индустрии	Содержание материала		
	1. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. 2. Элементы продукта в расширенном толковании.	2	1
	Практическое занятие по анализу рекламных изданий туристских объявлений. Составление письменного отчёта.	2	2
Тема 1.3. Покупательское поведение современного потребителя турпродукта	Содержание материала		2
	1. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. 2. Основная модель принятия решения.	2	1-2
	Практические занятия по составлению одного вида турпродукта и исследование всего «клубка мотиваций» туриста, выбирающего этот продукт (например, автобусный тур по Европе).	2	2
Тема 1.4. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии	Содержание материала		2
	1. Многоканальные системы сбыта. 2. Основы маркетинга и приёмы маркетинговых исследований в туризме. 3. Проведение рекламных кампаний	2	1-2
	Практические занятия 1. Проведение анкетирования не менее 20 человек, анализ полученных результатов. Определение основных причин, по которым люди предпочитают покупать (не покупать) турпродукт через Интернет.	4	
Тема 1.5. Технология персональной продажи в туристской индустрии	Содержание материала		2
	1. Управление контактом с клиентом	2	1
	Практическое занятие по разбору ситуаций «Персональная продажа конкретного турпродукта»	2	2-3

1	2	3	4
Тема 1.6. Презентация туристского продукта	Содержание материала		
	1. Взаимодействие покупателя и продавца на этом этапе.	2	1
	Практические занятия Описание конкретного вида турпродукта: А) достоинства продукта, Б) недостатки турпродукта В) 10 продуктов, конкурирующих с выбранным вами, Г) сравните достоинства и недостатки выбранного вами турпродукта с конкурирующими.	4	2-3
Тема 1.7. Управление возражениями клиента	Содержание материала		
	1. Диагностика ложных возражений. Общий алгоритм обработки возражений. Способы и методы обработки возражений. Общие правила работы с возражениями. 2. Сопротивления как источники возражений. Методы работы с сопротивлениями.	2	1
	Практическое занятие по исследованию и составлению списка наиболее часто встречающихся возражений, определение, какие сопротивления, скорее всего, стоят за ними и несколько способов обработки этих возражений.	2	2-3
Тема 1.8. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание	Содержание материала		
	1. Приёмы и методы применяемы продавцом: суммирующее завершение, допущение, переломный вопрос, альтернативный вопрос. Психологическое воздействие: сужение вопроса, завершение с риском. 2. Формирование лояльности клиента. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. 3. Задачи менеджера. Техника активного слушания, техника присоединения. Правила работы с жалобами и претензиями.	2	1-2
Самостоятельная работа при изучении МДК.01.01 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Исследование сайтов турфирм с целью изучения турпродукта, выявления сильных и слабых сторон Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.		26	
Консультация		1	
Курсовая работа (проект)		12	

1	2	3	4
МДК. 01.02. Технология и организация турагентской деятельности		92	
Тема 2.1. Организационно-правовые основы туристского предприятия	Содержание материала		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия, турист, турагент, туроператор. Функции турагентов. Закон «О туристской деятельности». 2. Учредительные документы, документы выдаваемые туристам, документы, относящиеся к разработке туров. 3. Закон о защите прав потребителей, права и обязанности туристов, обязанности турфирмы по выполнению условий туров. Компенсация за непредоставленные услуги и возмещение убытков туристам. Статистика по туризму, 4. Основной отчётный документ турфирмы – туристская путёвка ТУР-1. 5. Правовые акты регулирующие тур. деятельность в РФ. 6. Региональные программы развития туризма в России Установление договорных отношений между участниками туристского рынка. 7. Основные схемы работы: турагент - туроператор. Операции с валютой. Пластиковые карты и правила их использования. Особенности применения дорожных чеков. Система поощрения покупок Tax-free и Duty-free. 	16	1-2
	Практические занятия Практикум «Документация туристской фирмы». Составление договора между турагентом и туроператором. Анализирование стандартного договора между турагентом и клиентом.	14	2-3
Тема 2.2. Туристские формальности	Содержание материала		
	Особенности оформления виз. Визовые ограничения. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. Виза и визовый запрос. Ваучеры и их применение в туристской деятельности. Основные виды и особенности страхования. Действие застрахованного в случае наступления страхового случая. Рекомендации по страхованию.	12	2
Тема 2.3. Информационные технологии в туризме	Практические занятия	14	2-3
	Семинарское занятие: «Таможенные средства расчета». Моделирование деловой ситуации: «Оформление документов на оформление виз».	18	1-2

1	2	3	4
Тема 2.3. Информационные технологии в туризме	Практические занятия Составление базы данных определённой туристской фирмы. Электронные системы поиска туров и услуг. Практическая работа «Популярные направления в туризме. Подбор туров»	14	2-3
Курсовая работа (проект)		4	
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ.01. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт. Подготовка материалов к курсовой работе.		64	
Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю Виды работ: 1. Оформление страховых полисов. 2. Проведение сравнительного анализа предложений турагентов, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта. 3. Оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя. 4. Использование каталогов и ценовых приложений. 5. Использование эффективных методов подбора информации о туристических ресурсах с клиентами на русском и иностранном языках. 6. Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники. 7. Оформление документации строгой отчетности.		36	
ИТОГО		319	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля проводится в учебных лекционных аудиториях:

кабинет турагентской и туроператорской деятельности

учебных лабораториях:

Учебный (тренинговый) офис по туризму

Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование учебного кабинета: учебные столы, стулья, доска.

Технические средства обучения: ПК, ноутбук, проектор, большой экран.

Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий: рабочие места, проектор, ПК, учебное ППО.

В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, информационно-коммуникационные технологии, кейс-технологии, деловые игры.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Ветитнев А.М. Информационные технологии в туристской индустрии / А.М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 340 с. – Рек. УМО
2. Дурович, А.П. Организация туризма: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 297 с.
3. Еланцева, О.П. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / О.П. Еланцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Флинта, 2018. («Университетская библиотека онлайн», biblioclub.ru)

Дополнительные источники:

1. Дурович, А.П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 249 с. («Университетская библиотека онлайн», biblioclub.ru)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.acase.ru>

2. <http://www.hotel.uralregion.ru>
3. <http://www.hoteline.ru>
4. <http://www.turizm.ru>
5. <http://gooddays.ru>
6. <http://www.ertert.ru>
7. <http://geosfera.info>
8. <http://www.travel.ru>
9. <http://puteshestvia.com>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Контролируемые разделы / темы	Код и этапы формирования компетенции (или ее части)		Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
Тема 1.1. Туристская индустрия Тема 1.2. Туристский продукт как продукт туристской индустрии	ПК 1.1. ПК 1.2.	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.3. Покупательское поведение современного потребителя турпродукта	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3.	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.4. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3.	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.5. Технология персональной продажи в туристской индустрии	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.4 ПК 1.5. ДПК 1.1 ДПК 1.2	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.6. Презентация туристского продукта	ПК 1.2. ПК 1.3. ДПК 1.1. ДПК 1.2	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.7. Управление возражениями клиента	ПК 1.1.	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 1.8. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ДПК 1.1	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>
Тема 2.1. Организационно- правовые основы туристского предприятия	ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ДПК 1.1	4 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Экзамен</i>
Тема 2.2. Туристские формальности	ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ДПК 1.1	4 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Экзамен</i>

Тема 2.3. Информационные технологии в туризме	ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ДПК 1.1	4-5 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Экзамен</i>
Производственная практика	ПК 1.1. ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ДПК 1.1 ДПК 1.2	6 семестр	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий.	<i>Дифференцированный зачет</i>

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

А: Темы для текущего контроля успеваемости

1. Турагентская деятельность. Основные понятия. Функции турагентов.
2. Документация туристской фирмы.
3. Права турфирм и туристов.
4. Ведение туристской отчетности.
5. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.
6. Предреализационные процессы в сфере туризма.
7. Современные платежные средства в сфере туризма.
8. Паспортные и визовые формальности.
9. Страхование и медицинское обеспечение путешествий.
10. Пакеты управления турфирмами.
11. CRM-системы в туристических фирмах.
12. Продажа авиабилетов.
13. Профессиональная этика работников турбизнеса.
14. Современные средства продвижения туристического продукта.
15. Практический анализ предложений туроператоров.
16. Маркетинговая политика агентства.
17. Программы лояльности для клиентов.
18. Реализация турпродукта – основные этапы.
19. Послепродажное обслуживание в агентстве.
20. Профессиональная терминология и аббревиатуры.
21. Мотивация сотрудников турагентства.
22. Коллектив агентства, должности в организации.
23. Банковские и финансовые услуги в рамках турагентства.
24. Правила учета и хранения отчетной документации и БСО.
25. Продвижение в соцсетях.
26. Сайт туристического агентства.
27. Поисковые агрегаторы.

28. Взаимодействие с сетевыми структурами.

В: Типовые задания для практических занятий для текущего контроля.

по теме 1.1. Туристская индустрия, **теме 1.2.** Туристский продукт как продукт туристской индустрии

исходные данные: Вы выпускаете на рынок совершенно уникальный турпродукт - виртуальные туры. Вы рассчитываете, что основными потребителями данного предложения будут молодые люди, которым интересно все новое и высокотехнологичное. Также это предложение рассчитано на людей с ограниченными физическими возможностями.

Этот турпродукт Вы планируете представить на международной туристической выставке. Ваша задача опубликовать сенсационный пресс-релиз, который привлечет бы внимание ведущих представителей СМИ и подогрет бы интерес к Вашей разработке.

Выполните задание

1. Каковы тенденции в развитии современного туризма? Почему необходимо разрабатывать и выводить на рынок подобные турпродукты?
2. Как Вы понимаете, что такое «виртуальные туры»? Почему потенциальными потребителями будут именно данные категории туристов?
3. Что такое пресс-релиз, каково его назначение и правила составления? Придумайте текст данного пресс-релиза.
4. Как будет выглядеть Ваш выставочный стенд? Как будет построено Ваше выступление на презентации?

по теме 1.3. Покупательское поведение современного потребителя турпродукта

исходные данные: Представьте, что Вы являетесь менеджером туристского агентства «Время отдыхать». В течение дня к Вам приходят разные потребители, к каждому из которых Вам необходимо найти подход.

Потребители	Интересы	Бюджет	Период поездки
Группа школьников 6 класс (10 чел.)	Познавательно развлекательные туры	50 тыс.руб. на каждого	Июль. 12 дней.
Семья (5 человек)	Рекреационный	170 тыс.руб.	Летом. 14 дней.

	тур		
Группа бизнесменов	Культурно - познавательный тур	3000 дол. США на каждого	Новогодние праздники
Пожилые туристы из России (3 чел.)	Познавательный тур	40 000 руб. на каждого	Май - Июнь. 12 дней.
Выпускники Соц.-гум. Колледжа (5 чел.)	Экстремальный тур	50 тыс.руб. на каждого	Август. 12-14 дней.

Выполните задание:

1. Охарактеризуйте технологию личных продаж и продвижения тура. Какими профессиональными и личностными качествами должен обладать менеджер по продажам? Каковы основные этапы?
2. Подберите каждой категории потребителей тур в соответствии с представленной таблицей. Какие дополнительные вопросы можно задать? На какие характерные черты тура Вы сделаете акцент, когда будете его предлагать?
3. Какие документы получают туристы в каждом из случаев после оплаты тура?

по теме 1.4. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии
исходные данные: Туроператор, специализирующийся на рекреационном и познавательно - культурном отдыхе, пригласил Ваше агентство на Всероссийскую выставку туристских предприятий, чтоб Вы представили его новый тур в Китай - «Ночи Азии».

Ключевая особенность тура - все экскурсионные программы будут проходить в вечернее или ночное время. Шоу огненных драконов, сплав по «Fire River», ярмарка фейерверков, театрализованные представления, посещение храмов и традиционных деревенских праздничных гуляний.

Этот тур рассчитан в основном на активных молодых людей, групповой туризм, а также для любителей познавательного и этнотуризма.

Выполните задание

1. Какова роль ярмарок и выставок в туристическом бизнесе? В чем разница между ярмарками и выставками?
2. Как будет выглядеть Ваш выставочный стенд на данной туристической выставке? Как будет построено Ваше выступление на презентации?
3. Важно ли проводить маркетинговые исследования перед началом продвижения того или иного турпродукта? Какова основная направленность таких исследований?
4. Почему потенциальными потребителями тура «Ночи Азии» будут именно данные категории туристов? Как работать с данными

категориями туристов в процессе личных продаж?

по теме 1.5. Технология персональной продажи в туристской индустрии

исходные данные: Потребители жалуются на уровень сервиса в Вашем турагентстве - неоднократно оставляли жалобы в книге отзывов и предложений, а также на Вашем фирменном сайте. В каждой из этих жалоб не было указано, какой конкретно сотрудник ведет себя не этично и грубо.

С целью прояснить данную ситуацию, Вы организовали общее собрание менеджеров по продажам. Объявили тему собрания и попытались выяснить, кто и почему виноват в данной ситуации. Однако, ни один сотрудник не признался и ситуация осталась неразрешенной.

Вы организовали для всех повторный тренинг на тему «Профессиональные и этические нормы и требования менеджера по продажам». В ходе тренинга сотрудников вновь были ознакомлены с основными положениями их должностной инструкции, был проведен мастер-класс по теме «Как выстроить эффективный диалог с потребителем», а также разыграны различные кейс-ситуации.

Жалобы на некоторое время прекратились, но затем опять возобновились.

Выполните задание

1. Каковы профессиональные и этические компетенции менеджера по продажам турпродукта? Считаете ли Вы необходимым проводить повторные курсы и тренинги? Почему?
2. Каким образом можно улучшить уровень сервиса личных продаж сотрудников? Предложите не менее 3 способов. Каким образом можно проанализировать, будут ли эффективны предложенные Вами меры?
3. Опишите процесс эффективного общения с потребителем в процессе личных продаж (в виде общей характеристики с примерными диалогами между менеджером и потребителем).

по теме 1.6. Презентация туристского продукта

исходные данные: Спрос на услуги турагентства «Солнышко» снизился. Руководитель предположил, что данная ситуация произошла из-за плохо развитой системы маркетинга его предприятия. Через неделю в эфире ведущих телеканалов города начала транслироваться яркая, интересная реклама, с манящими образами моря, пляжа и солнца... Однако, спрос так и остался на низком уровне. Руководитель принял решение разместить рекламный баннер напротив крупного торгового центра.

Спустя некоторое время, спрос на услуги турагентства начал медленно расти, и руководитель решил, что всё дело в рекламе и продолжил заказывать баннеры и рекламы для телевидения.

Выполните задание

1. К какому виду рекламы относится каждый из двух приведенных примеров? (дайте краткую характеристику каждого вида, плюсы и минусы). Почему для первого случая рекламы были выбраны ведущие телеканалы, а для второго - крупный торговый центр?
2. Что такое экономическая эффективность рекламы и в чем проблема оценки такой эффективности?
3. Каким еще образом руководитель мог увеличить спрос на свой «товар»? Предложите свои варианты.
4. Что такое оценка качества туристских услуг? Почему тур продукт имеет свойство «комплексной оценки»? Важно ли проводить оценку качества туристских услуг в составе турпродукта и почему?

по теме 1.7. Управление возражениями клиента

исходные данные: Потребители жалуются на уровень сервиса в Вашем турагентстве - неоднократно оставляли жалобы в книге отзывов и предложений, а также на Вашем фирменном сайте. В каждой из этих жалоб не было указано, какой конкретно сотрудник ведет себя не этично и грубо.

С целью прояснить данную ситуацию, Вы организовали общее собрание менеджеров по продажам. Объявили тему собрания и попытались выяснить, кто и почему виноват в данной ситуации. Однако, ни один сотрудник не признался и ситуация осталась неразрешенной.

Вы организовали для всех повторный тренинг на тему «Профессиональные и этические нормы и требования менеджера по продажам». В ходе тренинга сотрудников вновь были ознакомлены с основными положениями их должностной инструкции, был проведен мастер-класс по теме «Как выстроить эффективный диалог с потребителем», а также разыграны различные кейс-ситуации.

Жалобы на некоторое время прекратились, но затем опять возобновились.

Выполните задание

1. Каковы профессиональные и этические компетенции менеджера по продажам турпродукта? Считаете ли Вы необходимым проводить повторные курсы и тренинги? Почему?
2. Каким образом можно улучшить уровень сервиса личных продаж сотрудников? Предложите не менее 3 способов. Каким образом можно проанализировать, будут ли эффективны предложенные Вами меры?

3. Опишите процесс эффективного общения с потребителем в процессе личных продаж (в виде общей характеристики с примерными диалогами между менеджером и потребителем).
4. Разработайте примеры практических кейс-ситуаций, которые были бы уместны для данного тренинга.

по теме 1.8. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание

исходные данные: Ваша турфирма планирует вывести на рынок новый турпродукт «Дубай - Величие востока». Вам дали задание разработать рекламную компанию этого тура. При желании, к разработке рекламы можно привлечь Ваших бизнес - партнеров.

После того, как с рекламной компанией тура «Дубай - Величие востока» ознакомилась общественность, в Ваше турагентство обратилась пара с просьбой подобрать им тур на время «медового месяца». Будущие молодожены желают совместить пляжный и экскурсионный отдых. Период отдыха - 02.12.14. - 14.12.14. Бюджет «медового месяца» - тыс.руб.

Выполните задание

1. Каковы будут варианты рекламной компании тура при условии ограниченного или неограниченного рекламного бюджета (описать оба варианта).

2. В каких из двух заданных случаях Вам выгодно использовать совместную рекламу? С каким предприятием-партнером Вы бы организовали совместную рекламу данного тура? Плюсы и минусы совместной рекламы.

3. Подходит ли поездка в Дубай в качестве тура для молодоженов? Опишите две ситуации:

- Да, подходит.
Объясните, почему? Какие заданные в ситуации параметры позволяют сделать такой вывод?
 - Нет, не подходит.
Подберите более подходящий вариант. Основные параметры тура Вам известны. Как Вы построите беседу с потенциальными туристами? Какие дополнительные вопросы Вы зададите?
4. Какие документы Вам необходимо оформить и выдать туристу?
 5. В чем заключается послепродажное обслуживание в данной ситуации.

Критерии оценки практического задания:

Оценка «отлично» ставится:

– Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине,

доказательно раскрыты основные положения вопроса, отражены основные концепции и теории по данному вопросу, описанные теоретические положения иллюстрируются практическими примерами;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей.

– ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

- уверенно и аргументировано отвечает на поставленные вопросы. Этично ведет себя относительно клиента находить приемлемые с точки зрения этики пути разрешения ситуаций. Не боится брать на себя ответственность в решении трудных ситуаций. Находит бесконфликтные формы общения с клиентами в сложившейся ситуации. Умение гибко подходить к удовлетворению запросов клиента. Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туризма

Оценка «хорошо» ставится:

– Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи, однако студент испытывает затруднения при иллюстрации теоретических положений практическими примерами.

– Ответ четко структурирован, логичен, изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов.

– Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

– Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Студент не может проиллюстрировать теоретические положения практическими примерами.

– Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

– Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

– Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация

и доказательность изложения.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Темы для промежуточной аттестации

1. Турагентская деятельность. Основные понятия. Функции турагентов.
2. Документация туристской фирмы.
3. Права турфирм и туристов.
4. Ведение туристской отчетности.
5. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.
6. Предреализационные процессы в сфере туризма.
7. Современные платежные средства в сфере туризма.
8. Паспортные и визовые формальности.
9. Страхование и медицинское обеспечение путешествий.
10. Пакеты управления турфирмами.
11. CRM-системы в туристических фирмах.
12. Продажа авиабилетов.
13. Профессиональная этика работников турбизнеса.
14. Современные средства продвижения туристического продукта.
15. Практический анализ предложений туроператоров.
16. Маркетинговая политика агентства.
17. Программы лояльности для клиентов.
18. Реализация турпродукта – основные этапы.
19. Послепродажное обслуживание в агентстве.
20. Профессиональная терминология и аббревиатуры.
21. Мотивация сотрудников турагентства.
22. Коллектив агентства, должности в организации.
23. Банковские и финансовые услуги в рамках турагентства.
24. Правила учета и хранения отчетной документации и БСО.
25. Продвижение в соцсетях.
26. Сайт туристического агентства.
27. Поисковые агрегаторы.
28. Взаимодействие с сетевыми структурами.

Примерная тематика курсовых работ

1. Принципы построения и организационная структура туристской фирмы.
2. Организация работы турфирмы с клиентом.
3. Персонал туристской фирмы. Квалификационные требования.
4. Работа туроператора с турагентом. Основные виды договоров.
5. Организация работы туристской фирмы с зарубежными партнерами.
6. Порядок предоставления клиенту информации о туристическом продукте.
7. Основные принципы работы туристской фирмы с организаторами авиаперевозок.
8. Порядок проверки и приема документов туриста.
9. Основные категории отелей и номеров.
10. Договор с туристом, его основные положения, порядок подписания.
11. Порядок рассмотрения претензий туристов.
12. Организация работы туристской фирмы на выставке

13. Дополнительные услуги туристской фирмы.
14. Туристская путевка.
15. Работа с консульствами и посольствами при оформлении туристских виз.
16. Особенности работы туристской фирмы на рынке внутреннего туризма.
17. Особенности работы туристской фирмы на рынке въездного туризма.

