Приложение к ООП СПО

по специальности 43.02.10. Туризм

**Департамент образования и науки Тюменской области**

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Тюменской области**

**«Тобольский многопрофильный техникум»**

**Рабочая ПРОГРАММа**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг специальность**

**43.02.10 Туризм**

**Тобольск, 2020 г.**

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10. Туризм на базе среднего общего (полного) образования базовой подготовки, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.14. № 474 .

Морозов С. И. , преподаватель государственного автономного профессионального образовательного учреждения Тюменской области «Тобольский многопрофильный техникум».

**«Рассмотрено»** на заседании цикловой комиссии «Визуальные искусства»

Протокол № 8 от 18.05.2020

Председатель цикловой комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Гордюшина Е. С.

**«Согласовано»**

Методист \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ Бикчандаева Д.М.

# СОДЕРЖАНИЕ

* + - 1. **ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
      2. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
      3. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
      4. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

стр. 4

7

18

21

* + - * 1. **ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**
  1. **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг** является частью ОПОП по специальности **43.02.10 Туризм (по отраслям),** разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **43.02.10 Туризм (по отраслям),** утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 201 г. № 474.

* 1. **Место профессионального модуля в структуре ОПОП:**

**Профессиональный модуль** относится к разделу «Профессиональные модули».

* 1. **Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:**

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

**ИМЕТЬ ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ:**

* планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
* предоставления сопутствующих услуг;
* расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
* взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
* работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
* планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

**УМЕТЬ:**

* осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами;
* проводить анализ деятельности других туркомпаний;
* работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
* обрабатывать информацию и анализировать результаты;
* налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
* работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
* работать с информационными и справочными материалами;
* составлять программы для российских и зарубежных клиентов;
* составлять турпакеты с использованием иностранных языков;
* оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
* оформлять страховые полюса;
* вести документооборот с использованием информационных технологий;
* анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура,
* принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
* рассчитывать стоимость проживания питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
* рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
* работать с агентскими договорами;
* использовать каталоги и ценовые приложения;
* консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
* работать с заявками на бронирование туруслуг;
* предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
* использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
* использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

**ЗНАТЬ:**

* виды рекламного продукта;
* правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
* способы обработки статистических данных;
* методику работы с базами данных;
* методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
* планирование программ турпоездок;
* основные правила и методику составления программ туров;
* правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
* способы устранения проблем, возникающих во время тура;
* методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
* методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
* методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
* основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
* правила бронирования туруслуг;
* методику организации рекламных туров;
* правила расчета с турагентами и способы их поощрения;
* основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
* технику проведения рекламной кампании;
* методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
* техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
* специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

**Выпускник, освоивший учебную дисциплину профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг, в соответствии с ФГОС должен обладать общими и профессиональными компетенциями, включающими способность:**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них

ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

* 1. **Количество часов на освоение профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – **230** часов, в том числе обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **148** часа, из них лабораторных и практических занятий – **92** часов.

Лекционных занятий - **56** часов.

самостоятельной работы обучающегося – **58** часа

* + - * 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

**2.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | ***Объем часов*** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | ***230*** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | ***148*** |
| в том числе: |  |
| лабораторные занятия |  |
| практические занятия | ***92*** |
| контрольные работы |  |
| Лекционные занятия | ***56*** |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | ***58*** |
| в том числе: |  |
| самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) *(если*  *предусмотрено)* | *\** |

* 1. **Объем профессионального модуля и виды учебной работы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код**  **профессиональных компетенций** | **Наименование разделов профессионального модуля** | **Всего,**  часов | **Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)** | | | | | **Практика** | |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося** | | | **Самостоятельная работа обучающегося** | | **Учебная,**  часов | **Производ- ственная,** часов |
| **Всего,**  часов | **в том числе лабораторные работы и практические**  **занятия** | **в т.ч. курсовая работа (проект),**  часов | **Всего,**  часов | **в т.ч. курсовая работа (проект),**  часов |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| **ОК 1-9**  **ПК 3.1 – 3.4** | **МДК 03.01**  Технология и организация туроператорской деятельности | **144** | **124** | **52** | **-** | **40** |  |  |  |
| **ОК 1-9**  **ПК 3.1 – 3.4** | **МДК 03.02**  Маркетинговые технологии в туризме | **86** | **80** | **40** | **-** | **18** |  |  |  |
|  | **Учебная практика** | **32** |  |  |  |  |  | **32** |  |
|  | **Производственная практика** | **108** |  |  |  |  |  |  | **108** |
| **Всего:** | | **362** | **244** | **58** | **-** | **118** | **30** | **36** | **108** |

8

* 1. **ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

9

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| **МДК 03.01** Технология и организация туроператорской деятельности | | | |  |
| Введение | **Содержание** | **2** |  | ОК 1  ПК 3.1 |
| Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы  по специальности. | 2 | 2 |
| **Раздел 1. Основы туроператорской деятельности** | |  |  |
| Тема 1.1. Нормативно- правовая база турагентской деятельности | **Содержание** |  |  |
| ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей». Требования  к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров. | 4 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах | 2 | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Выполнение домашних заданий. Изучение федеральных законов:   1. ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-фЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; 2. О Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999 г., 30.12.2001 г.); 3. ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в ред. от 31.12.1997г., 20.11.1999 г., 21.03.2002 г.); 4. Международная Конвенция по контракту на путешествие. 5. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. 6. Правила оказания услуг общественного питания. | 8 | 2 |
| Тема 1.2.  Организационный аспект создания туроператора | **Содержание** | **10** |  | ПК 3.3.  ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Организационно-правовые формы создания туроператора. Организационные основы  создания туроператора. | 6 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Основные этапы создания туроператора. | 4 | 2 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга | 6 | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| **Раздел 2. Технология и организация формирования туристского продукта** | |  |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| Тема 2.1. Условия создание привлекательного туристского продукта | **Содержание** | **16** |  |
| Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства турпродукта. Технология  облуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг. | 8 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Виды туров и их особенности. | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Формирование программного тура SWOT-анализ туристских аттракторов региона | 6 | 3 |
| Тема 2.2. Проектирование тура и программа обслуживания | **Содержание** | **24** |  | ОК 4.  ОК 7  ПК 3.2 |
| Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки  турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания. | 10 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Пути повышения качества разработки турпродукта. | 6 | 2 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Требования к проектируемой туристской услуге.  Структура маркетингового исследования туристского спроса Создание туристического продукта. Реализация тура.  Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Классы обслуживания. Пакет услуг.  Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице  Понятие комплекс задач экскурсионного обслуживания. Стратегии и менеджмент обслуживания. | 8 | 3 |
| Тема 2.3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг | **Содержание** | **16** |  | ОК 2.  ОК 4  ОК 6.  ОК 9.  ПК 3.4. |
| Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура. Договорной  план. Переговоры с поставщикам услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг. | 6 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные  требования и их регулирование. | 4 | 3 |

10

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
|  | **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Туристская услуга и ее свойства.  Отличительные особенности туристского продукта Поставщики услуг  Переговоры с поставщиками услуг | 6 | 3 | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Тема 2.4. Туристская документация | **Содержание** | **16** |  | ОК 8.  ПК 3.2 |
| Технологическая документация. Туристская путевка. Договора. Справочная документация. | 4 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке Контрольная  работа по разделам 1 и 2. | 6 | 3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия Справочная документация туроператора | 6 | 3 | ОК 2.  ОК 4  ОК 6.  ОК 9.  ПК 3.4. |
| **Раздел 3. Продвижение туристского продукта** | |  |  |
| Тема 3.1. Формирование сбытовой сети. | **Содержание** | **16** |  |
| Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и  франчайзинг. | 6 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Формирование сбытовой сети  Характеристика основных форм продажи турпродукта Подбор партнеров по сбыту Агентское соглашение | 6 | 3 |
| Тема 3.2. Реклама и нерекламные виды продвижения | **Содержание** | **20** |  | ОК 8.  ПК 3.2 |
| Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта.  Каталог туроператора. Участие в выставках. | 10 | 3 |

11

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| турпродкута. | **Практические занятия** |  |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Разработка каталога туроператора. | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта  Нерекламные методы продвижения. Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта  Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта  Участие в выставках | 6 | 3 |
| Тема 3.3. Информационные технологии продвижения турпродукта | **Содержание** | **18** |  | ОК 8.  ПК 3.2 |
| Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности  туроператоров. | 8 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования  турпродукта | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа**  Выполнение домашних заданий. Реферат:  Развитие Интернет-технологий в туроперейтинге  Информационные технологии автоматизации управления туроператором | 6 | 3 |
| **Раздел 4. Организация обслуживания** | |  |  | ОК 2.  ОК 4  ОК 6.  ОК 9.  ПК 3.4. |
| Тема 4.1. Стратегия обслуживания и программный туризм | **Содержание** | **18** |  |
| Менеджмент и стратегия облуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания  Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования. | 8 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Организация обслуживания туристов на маршруте | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа**  Выполнение домашних заданий. Реферат: | 6 | 3 | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |

12

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
|  | Компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания Программный туризм и потребительские предпочтения Постулаты туроперейтинга  Конкурентные силы туристского рынка, или насколько выгодно заниматься туроперейтингом |  |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Тема 4.2. Безопасность в путешествии и страхование туристов | **Содержание** | **14** |  |
| Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время  перевозки. Туристская полиция. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных рисков. | 6 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  | ОК 4.  ОК 7  ПК 3.2 |
| Организация страхового обеспечения путешествий. | 2 | 3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов Безопасность туристов во время перевозки  Обеспечение безопасности пассажиров при авиаперевозках Обеспечение безопасности на автобусах  Туристская полиция  Методы повышения качество туристского обслуживания. Виды страхования туристов и уровень страхового возмещения. | 6 | 3 |
| Тема 4.3. Квалификационны е требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга | **Содержание** | **22** |  |
| Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования,  предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга | 10 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| Квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга. Контрольная работа по  разделам 3 и 4. | 6 | 2-3 |
| **Самостоятельная работа** Выполнение домашних заданий. Реферат:  Профессиональные стандарты для туризма  Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга | 6 | 2 |

13

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| **Раздел 5. Расчет стоимости туристского продукта.** | |  |  | ОК 2.  ОК 4  ОК 6.  ОК 9.  ПК 3.4. |
| Тема 5.1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование | **Содержание** | **16** |  |
| Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений  турагентств. Ценообразование. | 8 | 2 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Виды и методы ценообразования турпродукта. | 4 | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Выполнение домашних заданий. Реферат: Система скидок.  Безналичная форма расчетов. | 4 | 2 |
| Тема 5.2. Учетная политика и  налогообложение | **Содержание** | **18** |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг. | 8 | 3 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Расчет стоимости услуг.  Контрольная работа по разделу «Расчет стоимости туристского продукта» | 4 | 3 |
| **Самостоятельная работа**  Выполнение домашних заданий. Реферат:  Налоговое законодательство в туризме.  Принципы и функции налогообложения Отраслевая особенность исчисления налогов в туризме.  Льготы и преференции предприятий туристской отрасли.  Анализ налоговой нагрузки на деятельность туристского предприятия.  Наиболее обременительные налоги по материалам исследования делового климата для туристских предприятий РФ 2007 г.  Понятие минимизация налогов и понятие налогового щита. Налоговые щиты, их классификация и роль в сфере туризма. | 6 | 3 |
|  |  |  |  |  |
| **МДК 03.02** Маркетинговые технологии в туризме | | | |  |
| **Тема 1. Понятие и сущность маркетинга.** | **Содержание учебного материала** | **8** |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| Цели, функции, принципы и виды маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Управление маркетингом, его цели и задачи. Содержание и функции практического маркетинга. | 4 |  |

14

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
|  | **Практические занятия 1** |  |  | ОК 4.  ОК 7  ПК 3.2 |
| Концепции и функции маркетинга. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| Сущность маркетинга (задание №1) | 2 |  |
| **Тема 2 Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |
| Конъюнктура тынка. Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование тупродуктов на рынке. Маркетинговая среда. | 4 |  | ОК 2.  ОК 4  ОК 6.  ОК 9.  ПК 3.4. |
| **Практические занятия 2** |  |  |
| Маркетинговая среда туристского предприятия. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| Сегментация и позиционирование турпродуктов на рынке. (задание №2 ). | 4 |  |
| **Тема 3. Сущность и специфика маркетинга в**  **туризме** | **Содержание учебного материала** | **32** |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| **3.1. Продуктовая политика в маркетинге туризма.** |  |  |
| Продуктовая, инновационная, ассортиментная политика. Жизненный цикл турпродукта | 4 |  |
| **3.2. Ценообразование в сфере туризма** |  |  |
| Цены: понятие, виды, назначение, функции. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования. Методы ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования. | 2 |  |
| **Практические занятия 3** |  |  |
| Процесс разработки ценовой стратегии предприятия. | 2 |  |
|  | **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3  ОК 8.  ПК 3.2 |
| Ценовая политика в системе маркетинга (задание №3 ). | 2 |  |
| **3.3. Маркетинговые каналы распространения туруслуг** |  |  |
| Обычные, вертикальные, горизонтальные маркетинговые системы. Функции каналов сбыта, факторы формирования сбытовой сети. | 4 |  |
| **Практические занятия 4** |  |  |

15

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
|  | Сбытовая политика в системе маркетинга. | 2 |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| Сбытовая политика туристского предприятия. (задание № 4). | 4 |  |
| **3.4. Маркетинговые коммуникации в туризме** |  |  |
| Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Брендинг на рынке туристских услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме. | 4 |  |
| **Практические занятия 5** |  |  |
| Маркетинговые коммуникации. | 2 |  |
| **Практические занятия 6 - 8** |  |  |
| Деловая игра «Рекламная кампания». | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| Маркетинговые коммуникации (задание № 5). | 2 |  |
| **Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия** | **Содержание учебного материала** | **13** |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| Стратегическое планирование и маркетинговая программа. Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации. Организация и содержание маркетинговых исследований. Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению. Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности. | 4 |  |
| **Практические занятия 9** |  |  |
| Организация маркетинговых исследований. | 1 |  |
|  | **Практические занятия 10** |  |  | ОК 4.  ОК 7  ПК 3.2 |
| Тест | 1 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| **Управление маркетингом** (задание № 6). | 7 |  |
| **Тема 5 Анализ маркетинговой деятельности** | **Содержание учебного материала** | **7** |  |
| Анализ конкурентной среды. Анализ конкурентоспособности турпродукта. Изучение | 2 |  |

16

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| **туристского предприятия** | поведения потребителей. |  |  | ОК 1  ОК5.  ОК 9  ПК 3.4 |
| **Практические занятия 11** |  |  |
| **Деловая игра «Маркетинг»** | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** |  |  |
| Маркетинговые исследования (задание № 7). | 3 |  |
| **Тема 6. Продвижение дестинаций** | **Содержание учебного материала** | **12** |  |
| Место маркетинга дестинаций в туристском маркетинге. Специфика комплекса продвижения дестинации. | 2 |  | ОК 2.  ОК 6.  ПК 3.3 |
| **Самостоятельная работа** |  |  |
| Организация системы продвижения дестинаций. Формирование информационной системы обеспечения территориального маркетинга и продвижения дестинаций. Разработка комплекса продвижения дестинаций. | 6 |  |
| **Практические занятия 12** |  |  |
| Практическая работа «Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций дестинаций» | 2 |  |
| **Практические занятия - 13** |  |  |
| Обобщающий тест | 2 |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 3— репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

2— продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

17

* + - * 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация рабочей программы требует наличие учебного кабинета «Туроператорской и турагентской деятельности».

**Оборудование учебного кабинета:**

* + 30 посадочных мест;
  + рабочее место преподавателя;
  + комплект образцов документов по бронированию;
  + комплект учебно-методической документации.

Специализированная мебель и оргтехника Технические средства обучения:

– компьютер с лицензионным программным обеспечением;

–мультимедиапроектор.

**Информационное обеспечение обучения Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Барышев, А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2016. — 159 с. — Режим доступа[: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\_id=69115](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69115) — Загл. с экрана.
2. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П.

Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2019. — 440 с. — Режим доступа[: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\_id=3565](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=3565) — Загл. с экрана

1. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (для ссузов) [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 294 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53300>— Загл. с экрана.
2. Матюхина, Ю.А. Индустрия туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие. —

Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 309 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=44299>— Загл. с экрана.

**Дополнительные источники:**

1. Тимофеева, Е.С. Делопроизводство в туроператорской и турагентской деятельности: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан.

— СПб. : ИЭО СПбУУиЭ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета управления и экономики), 2016. — 155 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63808>— Загл. с экрана.

1. Гусев, А.П. Юридический справочник туриста [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2018. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70221>— Загл. с экрана.
2. Туристские услуги. Туристское обслуживание: Сборник нормативно-правовых и информационных материалов [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : Финансы

и статистика, 2016. — 224 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69214>— Загл. с экрана.

1. Лесников, А.М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУУиЭ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского университета управления и экономики), 2018. — 191 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63769>— Загл. с экрана.
2. Короткова, Т.Л. Коммерциализация и маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : монография / Т.Л. Короткова, А.В. Власов. — Электрон. дан. — М. : Креативная экономика, 2016. — 168 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=3991>— Загл. с экрана.

**Электронные ресурсы:**

* 1. [http: //www. hotel. uralre gion.ru](http://www.hotel.uralregion.ru/)
  2. [http: //www. hoteline. ru](http://www.hoteline.ru/)
  3. [http://www. g](http://www/)oste.ru
  4. [http://www. h](http://www/)otelcentr.ru
  5. [http://www.hotelkosmos.ru и](http://www.hotelkosmos.ru/) другие
  6. [http://www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru/)
  7. [http://cap.ru](http://cap.ru/)
  8. [http: //www. vol gatourizm.ru](http://www.volgatourizm.ru/)
  9. [http: //www. turizm.ru](http://www.turizm.ru/)
  10. [http: //gooddays .ru](http://gooddays.ru/)
  11. [http://www.ertert.ru](http://www.ertert.ru/)
  12. [http://geosfera.info](http://geosfera.info/)
  13. [http: //www.travel .ru](http://www.travel.ru/)
  14. [http://puteshestvia.com](http://puteshestvia.com/)
  15. Поисковые системы: [www.google.ru.](http://www.google.ru/) [уапбех.т](http://www.google.ru/) Ссылки (INTERNET) на экономическую информацию
  16. [www.research.rbc.ru](http://www.research.rbc.ru/) Сайт РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ
  17. <http://www.marketolog.ru/>ж. Маркетолог.
  18. <http://www.marketing.spb.ru/>Энциклопедия маркетинга.
  19. [http://www.dis.ru/im/marketing/Интернет-библиотека](http://www.dis.ru/im/marketing/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0) «Маркетинг».
  20. <http://marketingmix.com.ua/>Marketing Mix.
  21. <http://www.marketcenter.ru/> Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России».
  22. <http://socioline.ru/pages/neresh-k-malhorta-marketingovye-isslcdovaniya> / Малхорта, Нэреш К. «Маркетинговые исследования»
  23. <http://www.twirpx.com/file/132489/> Г.Л. Багиев, В.М. Тарасович, X. Анн «Марке- тинг»
  24. <http://www.aup.ru/books/m98/> Т.В. Алесинская, Л.Н. Дейнока, А.П. Проклин

«Маркетинг»

**Периодические профессиональные издания:**

* + 1. Турбизнес<http://www.tourbus.ru/>
    2. Туризм: практика, проблема, перспективы
    3. Туринфо
    4. Официальная туристская газета TTG [http://www.ttg-russia.ru](http://www.ttg-russia.ru/)

# 3.3 Общие требования к организации образовательного процесса

## Организация образовательного процесса осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, с программой, с расписанием занятий, с требованиями к результатам освоения: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Освоению программы предшествует изучение дисциплин: «Иностранный язык»; «География туризма»; «Основы безопасности жизнедеятельности»;

«Информатика и ИКТ»; «Экономика»; «Право»; «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации»; «Организация туристской индустрии»;

«Технология продаж и продвижения турпродукта»; «Технология и организация турагентской деятельности»; «Технология и организация сопровождения туристов».

Оценка качества освоения включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по программе завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающегося не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты (освоенные**  **профессиональные** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ПК-3.4. | - заполняет разовые заявки под конкретного и реального | Текущий контроль в форме:  - защиты |
| Взаимодействовать с турагентами по реализации и | клиента;  - ведет документацию на | практических занятий. |
| продвижению туристского | электронных и бумажных |  |
| продукта | носителях |  |
| ПК -3.3. | - рассчитывает стоимость | Текущий контроль в форме: |
| Рассчитывать  стоимость | турпакета в соответствии с заявкой потребителя;  - ведет документацию на | - защиты практических занятий. |
| туристского | электронных и бумажных |  |
|  | - оформляет турпакет; | Текущий контроль в форме: |
| ПК-3.2. Формировать туристский продукт | * оформляет ваучеры; * оформляет страховые полисы; * ведет документацию на | - защиты практических занятий. |
|  | электронных и бумажных |  |
|  | разрабатывает анкеты; составляет опросные листы;  - информирует анкетируемого о последовательности проведения социологического исследования;  обрабатывает полученные результаты; | Текущий контроль в форме: |
| ПК-3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | - защиты практических занятий. |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты (освоенные общие компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | - демонстрация интереса к будущей профессии | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | * выбор и применение методов и способов решения маркетинговых задач в сфере туризма; * оценка эффективности и качества выполнения маркетинговых задач. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | - решение стандартных и нестандартных маркетинговых ситуаций. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,  профессионального и личностного развития | - поиск необходимой информации для эффективного выполнения маркетинговых задач, профессионального и личностного развития. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты (освоенные общие компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | - использование информационно- коммуникационных технологий в  маркетинговой деятельности | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | - взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий | - проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | - планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности | - анализ инноваций в области маркетинговой деятельности | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |

# СПИСОК ВОПРОСОВ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА

**Экзаменационные вопросы МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности**

1. Характеристика сущности туризма
2. Туристский продукт. Туристская индустрия. Функции туризма
3. Классификация туризма (типы, категории, виды туризма)
4. Факторы развития туризма
5. Регулирование туристской деятельности в России
6. Въездной, внутренний и выездной туризм и их роль в экономике
7. Организационно-правовыеформы предпринимательской деятельности в сфере туристского бизнес.
8. Международное регулирование туристской деятельности
9. Понятие туристской деятельности. Туристское предприятие как хозяйственный субъект
10. Туроператоры
11. Турагенты
12. Поставщики туристских услуг. Туристская индустрия.
13. Понятие тура, потребительские свойства туристского продукта, основные виды туров, основной и дополнительный пакет услуг тура
14. Туристский продукт внутреннего туризма
15. Технология проектирования тура
16. Договорные отношения в туризме
17. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг.
18. Порядок проектирования отдельных видов туристических услуг:

«Туристское путешествие», «Туристский поход», «Туристский маршрут»

1. Организация и проведение туристского маршрута
2. Технология предреализационных процессов в сфере туризма
3. Ценообразование туристского продукта
4. Интернет-технологии в туристской деятельности
5. Контроль и оценка туроперейтинга
6. Безопасность в туризме
7. Общая характеристика страхования
8. Виды страхования, применяемые в туризм
9. Действие застрахованного в случае наступления страхового случая
10. Сущность туристских формальностей.
11. Паспортно-визовые формальности
12. Таможенные формальности
13. Медицинские (санитарные) формальности
14. Платежные средства и правила расчета за рубежом
15. Участие в туристских выставках: цели, технология и организация, эффективность
16. Рекламная кампания и формирование имиджа туристского агентства
17. Факторы, определяющие уровень обслуживания клиентов.

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**МДК.03.02 «Маркетинговые технологии в туризме»:**

* 1. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.
  2. Процесс, принципы, виды и типы маркетинга.
  3. Эволюция концепции маркетинга.
  4. Маркетинговые функции
  5. Процесс управления маркетингом.
  6. Маркетинговая среда фирмы: макросреда, микросреда, внутренняя среда.
  7. Структура маркетинговой информационной системы.
  8. Основные маркетинговые методы исследований: кабинетные и внекабинетные (полевые). Способы связи с аудиторией.
  9. Этапы маркетингового исследования. Планирование выборки. Система анализа маркетинговой информации.
  10. Сегментация туристского рынка. Целевой маркетинг.
  11. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.
  12. Анализ конкурентной среды
  13. Понятие рынка и его основные составляющие.
  14. Стратегии создания конкурентных преимуществ: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование.
  15. Силы, формирующие конкурентную среду (М. Портер).
  16. Исследование конкурентных позиций соперничающих фирм.
  17. Турпродукт в системе маркетинга
  18. Жизненный цикл турпродукта.
  19. Этапы разработка нового турпродукта.
  20. Конкурентоспособность турпродукта.
  21. Процесс разработки ценовой стратегии предприятия.
  22. Методы расчета цены. Ценовые стратегии организации. Виды скидок.
  23. Виды и организация каналов распределения. Традиционная, вертикальная, горизонтальная и многоканальные маркетинговые системы.
  24. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговая коммуникативная стратегия.
  25. Формирование спроса и стимулирование сбыта
  26. Виды туристской рекламы. Особенности современного рекламного процесса. Определение целей рекламы. Основные этапы осуществления рекламной деятельности. Принятие решений о рекламе. Планирование средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламной деятельности.
  27. Средства распространения туристской рекламы.
  28. Связи с общественностью.
  29. Личные продажи и прямой маркетинг.
  30. Выставка и ярмарки в продвижении туристского продукта. Процесс участия туристских организаций в работе выставок. Работа персонала во время выставки.
  31. Марка и элементы фирменного стиля. Носители фирменного стиля.
  32. Стратегический и операционный маркетинг. Функции маркетинга.
  33. Маркетинговые стратегии.
  34. Методология разработки маркетинговой стратегии. Основные направления маркетинговой стратегии (глобальные направления маркетинговой стратегии, матрица деловой активности фирмы И. Ансоффа; стратегии Котлера-Портера (массового, недифференцированного, концентрированного маркетинга); виды маркетинговых стратегий в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и доли рынка; типы маркетинговой стратегии в зависимости от доли на рынке; стратегии (виды) маркетинга и рыночный спрос).
  35. Стратегическое маркетинговое планирование.
  36. Ситуационный анализ маркетинговой среды.
  37. Система маркетингового планирования.
  38. Система маркетингового контроля.
  39. Бюджет маркетинга.
  40. Организация службы маркетинга

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ**

Методические указания к практическим и лабораторным занятиям МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности

**Практикум «Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах»** по теме 1.1. «Нормативно-правовая база туроператорской деятельности».

* + 1. Основная квалификационная цель. Изучив тему, Вы сможете:
* исследовать основные термины и понятия туроператорской деятельности в соответствии с законодательством;
* изучить основы ФЗ «Об основах туристской деятельности»;
* изучить основы ФЗ «О защите прав потребителей»;
* исследовать требования к организации туроператорской деятельности;
* рассмотреть виды туроператоров.
  + 1. План занятия:

1. Контроль уровня подготовки к занятиям;
2. ФЗ «Об основах туристской деятельности»;
3. ФЗ «О защите прав потребителей»;
4. Исследовательские задания для самостоятельной работы;
5. Рекомендуемая литература

Контроль у р о в н я п о д г о т о в к и к з а н я т и я м

*Туризм* - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно- спортивных, профессионально-деловых,

религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;

*Туристская деятельность* - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

*Турист* - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно- оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурноспортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;

*Туроператорская деятельность* - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор);

*Турагентская деятельность* - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее - турагент);

*Финансовая гарантия -* определяется как гарантия возмещения убытков, возникающих вследствие неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств туроператора перед потребителями туристских услуг. Размеры финансовой гарантии дифференцированы в зависимости от вида туроператорской деятельности (международная туристская деятельность и внутренний туризм);

*Заказчик туристского продукта -* турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

*Потребитель* - гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

*Изготовитель -* организация независимо от ее организационноправовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям.

*Исполнитель -* организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.

*Продавец -* организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

*Безопасность товара (работы, услуги) -* безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его

использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги).

* + 1. Резюме

Изучив тему, Вы научились понимать нормативно-правовую базу туроператорской деятельности, основные положения и условия осуществления туроперейтинга.

**ПРАКТИКУМ «ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ТУРОПЕРАТОРА»**

по теме: «Организационный аспект создания туроператора» предусматривает: Основная квалификационная цель

Изучив тему, Вы сможете:

* + - * Знать, что понимается под организацией туроператорской деятельности.
      * Уметь определять виды туроператорский деятельности;
* Знать порядок создания туроператорской фирмы;
* Знать содержание понятия «финансовые гарантии» План занятия:

1. Контроль уровня подготовки к занятиям;
2. Изучить основной порядок создания туроператорской фирмы;
3. Исследовательские задания для самостоятельной работы;
4. Рекомендуемая литература Контроль уровня подготовки к занятиям

*Туристские ресурсы -* природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

*Туристский продукт -* комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта;

*Заказчик туристского продукта -* турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

*Формирование туристского продукта -* деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

*Продвижение туристского продукта -* комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

*Реализация туристского продукта -* деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным

договором;

*Туристская путевка* - документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности.

*Инициативные туроператоры -* это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или с туристскими организациями. Отличием их от туристских агентств, занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего из не менее чем трех услуг: размещение, транспортировка туристов, любая другая, не связанная с вышеназванными, услуга.

*Рецептивные туроператоры* - это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания туристов с использованием прямых договоров с поставщиками услуг (гостиницами, организациями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.).

1.2.1. Резюме

Изучив тему, Вы научились понимать особенности создания туроператора в условиях рыночной экономики. Применять процедуры, этапы, различать влияние организационных решений на прибыль существующих и вновь открываемых организаций.

**Практикум «Виды туров и их особенности»** по теме 2.1. «Условия создание привлекательного туристского продукта» предусматривает 1 практическое занятие.

* + 1. Основная квалификационная цель Изучив тему, Вы

сможете:

* Изучить понятийный аппарат: виды туров.
* Понимать особенности организации проектирования различных туров.
* Понимать особенности формирования туристского продукта.
  + 1. План занятия:
* Контроль уровня подготовки к занятиям
* Классификация и особенности туров
* Исследовательские задания для самостоятельной работы
* Рекомендуемая литература

*Контроль уровня подготовки к занятиям*

*Тур -* туристическая поездка по определенному маршруту в определенный срок с определенным комплексом услуг (перевозка, размещение, питание и др.);

*Индивидуальный тур* - путешествие, специально разработанное туроператором по заказу клиента;

*Инклюзив-тур (пэкидж-тур)* - стандартное путешествие с выбором услуг по каталогам туроператора;

*Инсетив-тур* - поощрительная поездка, организованная за счет фирмы для своих работников с целью повышения их квалификации на родственном предприятии;

*Ознакомительный тур* - поездка сотрудников фирмы - туроператора, ее агентов по продаже и журналистов для ознакомления с деятельностью принимающей стороны и продвижения туристских услуг.

*Туризм внутренний -* туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

*Туризм выездной -* туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

*Туризм въездной -* туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации*;*

*Тризм международный -* туризм выездной или въездной;

*Туризм социальный -* туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

*Туризм самодеятельный -* туризм, организуемый туристами самостоятельно

*Туризм религиозный -* разновидность туризма, основной целью которого является посещение религиозных святынь*,* духовных центров, соборов, мечетей, монастырей. Религиозный туризм имеет три формы:

паломничество, 2) экскурсионные туры по религиозной тематике, 3) специализированные туры, объединяющие паломников и экскурсантов;

*Туризм экологический -* а) разновидность туризма, основной целью которого являются путешествия в экологически чистые природные зоны для их изучения и сохранения; б) ярлык предлагаемого к продаже турпродукта, минимизирующего экологический ущерб, наносимый окружающей среде посетителями, с помощью определенных технологических мероприятий (экостратегии) туристских предприятий; в) определение политики устойчивого развития туризма в дестинациях;

*Рекреационный туризм -* вид массового туризма с целью лечения и отдыха, восстановления и развития физических, психических и эмоциональных сил;

*Круиз -* морская или речная туристическая поездка на теплоходе, используемая как средство перевозки, размещения, питания, развлечения и т.д., включающая в программу береговое обслуживание;

*Активный туризм -* вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях;

*Сафари -* туристическая поездка с целью охоты или знакомства с местной природой, как правило, в странах Центральной Африки.

* + 1. Резюме

Изучив тему, Вы научились понимать особенности формирования туров по различным их видам, понимать особенности классификации видов туризма

**Практикум «Пути повышения качества разработки турпродукта»**

по теме 2.2. «Проектирование тура и программа обслуживания».

* + 1. Основная квалификационная цель:

Изучив тему, Вы сможете:

* Отличать особенности показателей качества турпродукта.
  + Понимать формы организации и основные направления исследований по повышению качества проектирования тура.
* Определять критерии показателей качества разработки турпродукта.
  + Понимать содержание договора с поставщиками туристских услуг при разработке турпродукта.
    1. План занятия:

1. Контроль уровня подготовки к занятиям
2. Основные показатели качества туристского продукта в рыночных условиях.
3. Этапы проектирования тура
4. Исследовательские задания для самостоятельной работы
5. Рекомендуемая литература Контроль уровня подготовки к занятиям

*Туристская индустрия* - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников;

*Качество туристского обслуживания -* совокупность свойств туристских услуг и процессов обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов, характеризуемые качеством услуг и культурой обслуживания;

*Качество туристской услуги* - совокупность характеристик туристской услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям туриста;

*Форс-мажор -* обстоятельство, наступление которого не могло быть предотвращено стороной, ответственной за исполнение обязательств, и являющееся причиной неисполнения последнего (например, война, стихийное бедствие и т.п.);

*Рекламация* - претензия или заявление одной стороны о том, что другая сторона не выполнила (полностью или частично) взятые на себя обязательства, и требование в связи с этим соответствующего возмещения;

*Класс* - разряд пассажирских железнодорожных вагонов, кают на теплоходах, мест в самолетах, устанавливаемый в зависимости от степени удобств, предоставляемых пассажирам (туристам);

*Сертификация туруслуг* - процедура проверки качества предлагаемых продуктов туристской фирмы с последующей выдачей сертификата соответствия качества;

*Туристская инфраструктура* - совокупность путей сообщения (дороги, подъездные пути, вокзалы, аэропорты, пристани и т.п.), коммуникаций (водопроводные, электрические и газовые сети, системы отопления, канализации, средств связи и т.д.), туристских ресурсов, объектов туристского показа, средств размещения и питания, объектов торговли, бытового и лечебно-профилактического обслуживания, спортивных сооружений, а также других объектов, необходимых для обеспечения и развития индустрии туризма;

*Недостаток услуги* — отдельное несоответствие услуги обязательным требованиям стандартов, условиям договора, а также информации, предоставленной исполнителем или продавцом услуги;

*Существенный недостаток* - недостаток, который делает невозможным или недопустимым использование товара (работы, услуги) в соответствии с его целевым назначением;

*Претензии к качеству туристского продукта -* официальное заявление туриста о недостатках и нарушениях в предоставлении услуг (нарушениях договора о туристском обслуживании), направляемое в письменной форме туроператору или турагенту в течение 20 дней с момента окончания действия договора. Претензии к договору в соответствии с законодательством подлежат рассмотрению (удовлетворению) в течение 10 дней.

* + 1. Резюме

Изучив тему, Вы научились отличать критерии оценки качетсва туристского продукта. Понимать формы организации и основные направления проектирования туров. Определять критерии эффективности организации проектирования туров. Понимать содержание договора с поставщиками услуг.

ПРАКТИКУМ «ДОГОВОРА МЕЖДУ ТУРОПЕРАТОРАМИ И С ПОСТАВЩИКАМИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И ИХ

РЕГУЛИРОВАНИЕ»

**ПО ТЕМЕ** «Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг» предусматривает 1 практическое занятие.

2.3.1 Основная квалификационная цель:

Изучив тему, Вы сможете:

1. Различать виды договоров туроператора с поставщиками туристских услуг.
2. Знать процедуры и операции заключения договоров между туроператором и поставщиками туристских услуг.
3. Определять требования к договорам между туроператором и поставщиками туристских услуги и организацию их регулирования..

2.3.2 План занятия:

1. Контроль уровня подготовки к занятиям
2. Составление договорного плана
3. Исследовательские задания для самостоятельной работы;
4. Рекомендуемая литература. Контроль уровня подготовки к занятиям

*Чартер (англ. charter) -* договор фрахтования, по которому одна сторона (фрахтовщик) предоставляет другой стороне (фрахтователю) за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров, багажа;

*Блок-чартер* - аренда определенной части пассажирского салона самолета на один или несколько регулярных рейсов;

*Трансфер* - встреча или проводы в аэропорту (на вокзале);

*Агентский договор* — официальный документ, соглашени заключаемое между туроператором и турагентом на предмет выполнения каждым из них принимаемых на себя обязательств по отношению друг к другу, обслуживаемым туристам

и иным субъектам;

*Договор комиссии -* вид договорных отношений, согласно которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента;

Договор о туристском обслуживании - *соглашение межд* потребителем туристской услуги ( туристом) и туроператором или турагентом, реализующим пакет услуг. Договор заключается в письменной форме и содержит существенные условия договора, в том числе достоверную информацию о реализуемом

пакете услуг, розничной цене и порядке оплаты, а также определяет взаимные права и обязанности сторон при организации и проведении поездки (путешествия);

*Договор поручения -* вид договорных отношений предпринимательской деятельности между производителем услуги (туроператором) и ее продавцом ( турагентом ).

*Цена* - это все объективные затраты потребителя, которые связаны с приобретением товара, носителя необходимых потребительских свойств.

*Ценовая политика* - важный инструмент организаци товаропроизводителя, однако его использование сопряжено с риском, поскольку при неумелом с ним обращении могут быть получены самые непредсказуемые и отрицательные по своим экономическим последствиям результаты.

*Оптовая цена* - цена при продаже товаров крупными партиями торговым и промышленным предприятиям, частным лицам, занимающимся коммерческой деятельностью.

*Розничная цена* - цена продажи товаров и услуг индивидуальным покупателям малыми количествами.

*Международный маркетинг -* система мероприятий по воздействию на многонациональную рыночную среду и приспособлению к ее к условиям при осуществлении предприятиями своей деятельности более чем в одной стране

* 1. **Вопросы для самоподготовки.**

1. Каковы виды договоров туроператора с поставщиками туристских услуг поставщика
2. Требовання к проектируемой туристской услуге?
3. Основные требования к организации переговоров с поставщиками услуг?
4. Охарактеризуйте процедуры и операции составления договора с поставщиками туруслуг.

2.3.3. Резюме

Изучив тему, Вы различаете виды договоров туроператора с поставщиками туристских услуг. Можете критерии эффективности договорных отношений. Правильно определять календарный план заключения договоров с поставщиками туристских услуг.

ПРАКТИКУМ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРА И ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК К ТУРИСТСКОЙ ПУТЕВКЕ»

**по теме 2.4. «Туристская документация» предусматривает 1 практическое занятие.**

* + 1. Основная квалификационная цель: Изучив тему, Вы сможете:
       1. Определить перечень туристской документации
       2. Разработать технологическую карту тура
       3. Разработать информационный листок к туристской путевке.
    2. План занятия:

1. Контроль уровня подготовки к занятиям;
2. Разработка проекта технологической карты тура и информационного
3. листка к туристской путевке;
4. Исследовательские задания для самостоятельной работы;
5. Рекомендуемая литература. Контроль уровня подготовки к занятиям

*Турдокументы -* документы, выдаваемые туристам обслуживающей их туристской фирмой в обмен на ваучер в первом пункте обслуживания (гостиничные талоны, талоны на питание и экскурсии), против которых туристам предоставляются конкретные туристические услуги.

*Дорожный чек -* банковское платежное средство, которое может быть обменено на наличные деньги в той валюте, в которой оно выписано, или на эквивалентную сумму в иностранной валюте по действующему курсу. Банки, выдающие дорожные чеки, гарантируют полный возврат денег в случае утери этих чеков в результате кражи, уничтожения и т.п.;

*Ваучер -* документ, выданный туристской или транспортной фирмой в подтверждение того, что турист оплатил конкретные виды услуг: проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и т.д. и являющийся основанием для получения этого обслуживания;

*Виза -* специальное разрешение соответствующих органов иностранного правительства на въезд, выезд, проживание или проезд через территорию данного государства;

*Туристский ваучер -* документ-распоряжение туроператора своему контрагенту (принимающей стороне) о предоставлении туристу (в соответствии с заключенным договором) туристского обслуживания с гарантией его оплаты последним в установленном порядке. Ваучер устанавливает право туриста на услуги, входящие в турпакет, и подтверждает факт их оказания;

*Посадочный талон -* карточка, выдаваемая пассажирам на авиа- и морских линиях, которую они обязаны сдать контрольной службе при посадке;

*Регистрационная карточка -* выдаваемый в ряде стран пограничными властями временным посетителям при въезде в страну и возвращаемый ими пограничным властям при выезде из страны документ, подтверждающий регистрацию этих посетителей властями данной страны;

*Карточка прибытия -* специальный бланк, заполняемый пассажиром, прибывающим в другую страну самолетом или теплоходом и сдаваемый пограничной службе;

*Таможенная декларация -* письменное или устное заявление со стороны туристов таможенным властям при пересечении границы, содержащее сведения о перевозимых туристами вещах и предметах;

*Таможенная пошлина -* налог, которым облагаются некоторые товары, пропускаемые через границу какой-либо страны;

*Таможенные льготы -* частичное или полное освобождение от уплаты таможенной пошлины на ввоз в страну предметов или товаров, обычно облагаемых пошлиной; частичное или полное снятие ограничений на вывоз из страны определенных предметов или товаров;

*Таможня* - государственное учреждение, осуществляющее контроль и пропуск товаров и личных вещей, провозимых через границу, и взимание таможенной пошлины;

*Шенгенская виза -* единая виза сроком до трех месяцев, которая дает возможность беспрепятственно передвигаться по территории стран Шенгенской группы в течение срока действия визы.

* 1. **Вопросы для самоподготовки.**
     1. Каковы основные виды туристских документов?
     2. Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия
     3. Справочная документация туроператора?
     4. Требования к информационному листку к туристской путевке?
     5. Основные разделы технологической карты тура?

2.4.3. Резюме

Изучив тему, Вы научитесь различать туристские документы. Знаете основы разработки технологической карты тура и информационного листка к туристской путевке. Можете определять требования к технологической карте тура и информационному листку к туристской путевке

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Самостоятельная работа является важной формой обучения студента. Процесс изучения дисциплины —Маркетинговые технологии в туризме! состоит из следующих этапов:

1. Самостоятельная проработка теоретического и прикладного материала по рекомендованной литературе.
2. Работа на практических занятиях под руководством преподавателя, где разбираются конкретные маркетинговые ситуации с обязательным применением изученных приемов и методов.
3. Сдача зачета по итогам теоретического обучения и лб. и пр. занятий.
4. Выполнение студентами исследовательских заданий и проверка их преподавателем.
5. Презентация итогов самостоятельной работы и их защита.
6. Сдача зачетов по итогам теоретического обучения и выполнения практикумов; экзамен- по окончанию изучения дисциплины.

Программа дисциплины построена таким образом, чтобы сформировать целостное представление о маркетинговых технологиях в туризме. С одной стороны студенты должны приобрести знания о целях, методах и объектах маркетинговых исследований для информационного обеспечения маркетинговых технологий в туризме. С другой -

сформировать представление об активных методах воздействия на рынок туристического продукта, а также приспособления деятельности предприятия туризма к условиям рынка, для чего разрабатываются маркетинговые программы повышения лояльности их клиентов.

При изучении дисциплины студентам необходимо обратить внимание на дидактические единицы указанные в РП п. 1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины, где показаны принцип и логика построения дисциплины.

Что касается рекомендуемой литературы, указанной в методических указаниях, то основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине — Маркетинговые технологии в туризме I. Она изучается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, для выполнения самостоятельных работ, подготовки к тестам, зачетам или экзаменам.

Дополнительная учебная литература рекомендуется студентам для самостоятельной работы по подготовке к практическим занятиям, при написании рефератов и самостоятельной работы, выполнении контрольных работ, при подготовке дипломных работ по проблемам, относящимся к организации продаж туристического продукта.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Целью выполнения курсовой работы является формирование навыков самостоятельной работы студента.

В результате выполнения курсовой работы студент должен решить следующие задачи:

* исследовать теоретические основы проектирования туристского продукта;
* изучить технологию разработки, продвижения и реализации туристского продукта;
* изучить туристско-рекреационный потенциал определенной территории;
* разработать собственный проект туристского продукта на основе изучения местного туристско-рекреационного потенциала.

В процессе выполнения курсового проекта студент должен показать умение работать с необходимыми материалами, специальной и справочной литературой, правильного оформления научной работы.

Процесс выполнения курсового проекта включает ряд этапов:

1. Подбор материала по теме и составление плана проекта.
2. Написание курсового проекта и ее оформление в соответствии с установленными требованиями.
3. Рецензирование курсового проекта.
4. Защита курсового проекта.

**СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА**

Курсовой проект состоит из следующих составных частей, располагаемых в следующей последовательности:

1. титульный лист;
2. задание на курсовой проект;
3. рецензия на курсовой проект;
4. содержание ;
5. введение;
6. основная часть (разделы и подразделы);
7. заключение;
8. список использованной литературы;
9. приложения (если они имеются).

Во ВВЕДЕНИИ определяются актуальность, цели, задачи, объект и предмет исследования, курсового работа, дается краткая аннотация выполнения курсового проекта, включая указание основных авторов по этой теме, структуры и содержания разделов.

В 1-й ГЛАВЕ дается характеристика теоретических основ, подходов к разработке и специфики туристского продукта по выбранной теме. Рассматриваются вопросы нормативно-правового и методического обеспечения разработки, определяются цель и задачи, функции, этапы проектирования туристского продукта.

В разделе также анализируется практика разработки туристского продукта на основе изучения отраслевой информации, статистики туристского потока в регионе или страны, сбора информации о туристском потенциале Чувашской Республики и близлежащих регионов. Важным элементом является маркетинговое исследование спроса и предложения на туристском рынке Чувашской Республики, близлежащих регионов и Российской Федерации в целом.

Во 2-й ГЛАВЕ, в соответствии с темой курсовой работы и материалами 1-й главы, разрабатывается проект туристского продукта (тура) по территории Чувашской Республики и соседних регионов. Разработка тура предполагает исследование туристского потенциала Чувашской Республики, проектирование идеи и сущности маршрута, обоснование нитки маршрута, описание объектов в маршруте. Необходимо обосновать маркетинговую целесообразность разработки тура, исследовать потенциальный спрос. Расчетная часть включает обоснование статей затрат и калькуляцию себестоимости, ценообразование и обоснование цены тура.

В ЗАКЛЮЧЕНИИ кратко излагаются основные результаты курсового проекта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ должен быть составлен в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления", с указанием автора, названия, места издания, издательства, года издания, количества страниц. В состав использованной литературы входят Кодексы, Законы, нормативные акты, методические указания и рекомендации, монографии, учебники, учебные пособия, статьи, статистические материалы, отчеты. В ходе исследования необходимо использовать не менее 15 источников литературы, в т.ч. Интернет-ресурсы.

ПРИЛОЖЕНИЕ включает картографическое описание разрабатываемого тура, большие объемы статистических данных, рекламные проспекты договора на поставку поставщиков услуг и другую информацию.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА**

Из предложенной тематики курсовых работ студент выбирает тему курсовой работы и составляет ее план. План необходимо утвердить у преподавателя - руководителя курсовой работы.

Выполнение курсового проекта целесообразно начать с определения круга источников, необходимых для основательного и всестороннего раскрытия темы. Это изучение можно начать еще до составления полной библиографии

При работе над темой следует привлечь информацию по проблеме, содержащуюся в учебниках, а также разнообразную дополнительную литературу по экономической тематике.

К рекомендуемым источникам относятся:

1. нормативно-правовые акты (законы, указы Президента Российской Федерации, Постановления Правительства Российской Федерации);
2. учебная и монографическая литература (учебники, сборники научных трудов, учебные пособия и комплексные исследования по данной проблеме);
3. научные статьи, опубликованные в журналах по тематике туризма;
4. другие источники, необходимые в силу специфики темы.

Значительную помощь в поиске источников, касающихся темы

курсовой проекта, могут оказать: каталоги библиотек; библиографии, приводимые в экономических журналах; информация из электронных справочных систем «Гарант»,

«Кодекс», «Консультант +», глобальной сети Internet и др., а также ссылки на источники, содержащиеся в изучаемой Литературе

Каждый из источников имеет по-своему важное значение:

* научные труды и нормативно-правовые акты составляют содержательную и методологическую основу курсового проекта;
* справочники, бюллетени, статистические сборники дают возможность подобрать факты и цифры, подтверждающие отдельные теоретические положения и выводы;
* словари помогают раскрыть семантику (смысл, значение) наиболее трудного для понимания слова или заменить его синонимом, т.е.
* словом, совпадающим или близким с ним по значению.

При подборе необходимой литературы следует учитывать, посвящена ли данная книга или статья непосредственно теме курсового проекта, раскрывает ли ее содержание. Выбирая тот или иной источник, надо обращать внимание на год его издания. Издания последних лет учитывают последние достижения науки и отражают современное социально - экономическое состояние страны.

Завершив подбор необходимых материалов по теме, следует приступить к их научному исследованию. Однако изучение материала по избранной теме не должно ограничиваться только чтением - необходимо

делать записи. Это нужно для лучшего уяснения и систематизации изучаемого материала.

При изучении научной и учебной литературы по избранной теме рекомендуется записывать ее основные положения, что позволит систематизировать прочитанный материал. При этом записи могут быть выполнены в виде конспектов, тезисов, выписок, цитат, заметок и в иной форме. В дальнейшем это позволит распределить их в любой последовательности, делать дополнения или отмечать свои соображения и замечания на оставленных полях.

Наиболее важные места изучаемых текстов надо выписывать дословно, в форме цитат, которые при этом берутся в кавычки. Все записи, в том числе и цитаты, должны сопровождаться указанием обязательных элементов библиографического описания источников: фамилия и инициалы автора, заглавие (название работы), место издания, издательство (в необходимых случаях), год или дата издания, страницы. Отдельные места текста могут быть переданы «своими словами».

Недопустимо прямое заимствование курсового проекта, размещенных в сети Internet или в иных источниках.

После изучения основных литературных и нормативно-правовых источников, определения круга и объема, излагаемых в них вопросов, относящихся к теме, выделения проблемных моментов, требующих своего разрешения, студент переходит к составлению плана курсового проекта.

В библиотеке студент:

составляет библиографию по выбранной теме курсовой работы;

знакомится с публикациями по данному вопросу, в т.ч. используя Интернет- ресурсы.

В часы консультаций научного руководителя - преподавателя кафедры экономики и менеджмента в туризме и социальной сфере, студент обращается к нему по вопросам, возникающим в процессе выполнения курсовой работы.

**ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

1. Разработка туристского продукта программного туризма (по видам туризма)
2. Проект анимационной программы обслуживания туристов
3. Создание туристского продукта с использованием потенциала сельской местности
4. Разработка проекта участия в туристской выставке
5. Создание проекта каталога туроператора
6. Создание инновационного туристского продукта (по видам туризма)
7. Проектирование программ обслуживания (по видам туризма)
8. Разработка программы продвижения турпродукта туроператора
9. Разработка проекта рекламной компании туристской фирмы
10. Создание имиджа турагентства
11. Создание имиджа туроператора
12. Разработка проекта внешнего и внутреннего оформления офиса турагентства
13. Разработка мероприятий по созданию благоприятной психологической обстановки в туристском агентстве при обслуживании клиента
14. Создание инновационной технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса)
15. Составление программ обслуживания туристов по видам делового туризма
16. Составление инновационных программ обслуживания с учетом потребностей молодежи
17. Разработка туристско-спортивного маршрута
18. Формирование инновационного туристского продукта в рамках
19. экологического туризма
20. Составление инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма
21. Составление программ обслуживания туристов по видам развлекательного туризма
22. Составление программ обслуживания туристов по видам познавательного туризма
23. Обучающий туризм: технология формирования туристского продукта и обслуживания туристов
24. Составление программ обслуживания туров выходного дня
25. Составление программ обслуживания туристов в рамках инсентив- туризма
26. Составление программ молодежного обмена

**ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Курсовая работа выполняется на компьютере на одной стороне листа форматаА4 (297х210).

Объем работы должен составлять 30-35 страниц печатного текста. Текст должен быть напечатан на компьютере в текстовом редакторе WORD с расширением \*.doc или

\*.rtf, шрифт Times New Roman, кегль 14 и межстрочный интервал 1,5. Поля: верхнее, нижнее и правое - 20 мм, левое - 25 мм. Графический материал, выполненный на отдельных страницах, включается в порядковую нумерацию, и размещают в курсовой работе после первого упоминания о них в тексте.

Титульный лист оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению курсовых работ в Колледже.

При наличии приложений в работе обязательно должны быть сделаны ссылки в самой работе на имеющиеся приложения.

Нумерация страниц должна быть сквозной, включая список использованной литературы, и проставляется арабскими цифрами в центре

нижнего поля без каких-либо дополнительных обозначений. При расстановке страниц следует исходить из того, что:

титульный лист (страница первая) - номер страницы не проставляется; содержание (страница четвертая или четвертая и пятая) - не проставляется; введение (страница пятая (или шестая)) - проставляется.

Рисунки, таблицы и список литературы нумеруются.

Использованные в проекте цифровые данные, выводы, мысли других авторов и цитаты обязательно должны сопровождаться ссылкой на источник.

Ссылка - это совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте курсовой работы другого документа.

Связь библиографического списка с текстом может осуществляться номерами записей в списке. Такие номера в тексте работы заключаются в скобки [ ], через запятую указываются страницы, где расположена цитата.

Цифры в них указывают, под каким номером следует в библиографическом списке искать нужный документ (цитату). Например, [7, с. 175] означает, что искомый документ (цитата) находится на 175 странице источника литературы под номером 7 в списке использованной литературы.

Вопросам оформления списка источников и литературы, прилагаемого к курсовому проекту, следует уделять серьезное внимание.

Список использованной литературы показывает источниковедческую базу исследования, отражает работу автора по сбору и анализу теоретических и нормативно- правовых источников по теме научного исследования, указывает, какие сведения были заимствованы из других публикаций.

В конце работы студент ставит подпись и дату окончания курсовой работы.

**ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Студенты сдают выполненную и оформленную в соответствии с требованиями курсовую работу на проверку преподавателю кафедры.

В установленный срок преподаватель возвращает курсовую работу студенту с для защиты.

Время, отводимое студенту на доклад по защите курсового проекта, не должно превышать 5 мин. с использованием презентации в программе PowerPoint.

При защите курсового проекта студент в своем докладе должен раскрыть основные вопросы:

1. актуальность темы, цель и задачи работы;
2. состояние и особенности исследуемой проблемы;
3. полученные результаты, выводы и предложения, степень их новизны. Курсовая работа защищается студентом перед преподавателем. По итогам защиты студент получает одну из оценок: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно",

"неудовлетворительно".

Курсовой проект оценивается:

* на «отлично» при наличии глубоких знаний в объеме темы курсового проекта; свободном владении терминологией, теоретическим и практическим материалом; ориентации в основных дискуссионных вопросах темы курсового проекта; обоснованности актуальности темы, достижении поставленных в работе цели и задач проводимого исследования; грамотном и аргументированном обосновании положений, выдвинутых в курсовом проекте; глубоком, всестороннем, самостоятельном анализе собранного материала, творческом подходе к решению проблемных вопросов; наличии умения работы литературой, с нормативно-правовой базой; при условии знания содержания специальной литературы по рассматриваемой проблеме, а также при строгом соблюдении требований к оформлению курсового проекта;
* на «хорошо» при наличии достаточно полных знаний в объеме курсового проекта, уверенном владении теоретическим материалом, умении

связывать теоретические знания с практикой, правильном уяснении сущности законов, логически последовательном и самостоятельном изложении материала, соблюдении требований к оформлению, при допущении незначительных ошибок по отдельным вопросам работы;

* на «удовлетворительно» при наличии недостаточных знаний в объеме темы курсового проекта, неполной аргументации выводов в ходе обоснования теоретических положений, допущении ошибок при изложении материала и нечетком соблюдении требований, предъявляемых к оформлению работы, если в работе теоретические вопросы освещены в основном правильно, хотя и не разносторонне и без должной самостоятельности, и во время защиты курсового проекта студент испытывал затруднения при ответах на некоторые вопросы;
* на «неудовлетворительно» при наличии грубых ошибок в раскрытии темы курсового проекта и оформлении работы, проявлении непонимания сущности рассматриваемой проблемы, отсутствии обоснований, выводов и предложений по теоретическим положениям работы, неумении связывать теорию с практикой, при отсутствии ссылок на соответствующие источники в случае использования в работе чужих опубликованных работ, в случае дословного переписывания учебников и другой литературы.

Студент, не выполнивший курсовой проект или получивший неудовлетворительную оценку руководителя при защите курсового проекта, к сессии не допускается. Если курсовой проект получает неудовлетворительную оценку, студент должен выполнить работу на другую тему по согласованию с преподавателем.

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ**

**С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

1. Для того, чтобы обучение было не формальным, а направленным на благо студента с ограниченной дееспособностью или инвалида, его Лучшую социализацию в общество, в массовом образовательном учреждении необходимо создавать специальные образовательные условия, включающие наличие специальных знаний у профессорско- преподавательского состава учреждения.
2. Большинство преподавателей вузов не обладают минимумом знаний, необходимым для работы со студентами с ОВЗ. Учитывая, что высшее учебное заведение становится местом, где обучаются студенты е ОВЗ, рекомендуется обратить особое внимание на следующие факторы:
3. использование методик «вовлечения» участников в учебный процесс, использования средств визуализации и коммуникации в учебном процессе;
4. решение технических проблем обеспечения высокого качества трансляции и приема потоковых трансляций, обеспечение процесса занятий бесперебойно работающими каналами связи, предоставление слушателям возможности задавать вопросы преподавателям в ходе занятий, обеспечение слушателей удобными аудиториями и комфортными рабочими местами;
5. сопровождение процесса обучения квалифицированно разработанным web-

сайтом;

1. совершенствование подачи содержания учебного материала, обеспечение

его доступности для восприятия, структурированность, насыщенность визуализированными учебными материалами, слайдами, CD и DVD - дисками с мультимедиа-записями, в том числе - учебными материалами по использованию специфического компьютерного оборудования;

1. использование приемов и технологий оказания педагогической и психологической помощи студентам с ОВЗ\*
2. тщательную подготовку системы организационного обеспечения учебных занятий, включая обеспеченность сопутствующими материалами, средствами коммуникации, печатными материалами и руководствами;
3. разработать систему договорных отношений, устанавливающую права и обязанности участников, провести обучение персонала, обеспечить наличие достаточного количества технического и обслуживающего персонала для оказания помощи студентам с 0133 и инвалидам.

Особые образовательные потребности различаются у студентов разных категорий, поскольку задаются спецификой нарушения

дееспособности и определяют особую логику построения учебного процесса, находят свое отражение в структуре и содержании образования.

Наряду с этим можно выделить особые по своему характеру потребности, свойственные всем студентам с ОВЗ: ввести в содержание обучения специальные разделы, не присутствующие в программах образования нормально развивающихся сверстников; использовать специальные методы, приемы и средства обучения (в том числе специализированные компьютерные технологии), обеспечивающие реализацию

«обходных путей» обучения; индивидуализировать обучение в большей степени, чем требуется для обычного студента; обеспечить особую пространственную и временную организацию образовательной среды; максимально раздвинуть образовательное пространство за пределы образовательного учреждения.

Общие принципы и правила работы:

1. Индивидуальный подход к каждому студенту.
2. Предотвращение наступления утомления, используя для этого разнообразные средства (чередование умственной и практической деятельности, преподнесение материала небольшими дозами, использование дидактического материала и средств наглядности).
3. Использование методов, активизирующих познавательную деятельность студентов, развивающих их и формирующих необходимые компетенции.
4. Проявление педагогического такта. Постоянное поощрение за малейшие успехи, своевременная и тактическая помощь каждому студенту, развитие в нѐм веры в собственные силы и возможности.

Эффективными приемами коррекционного воздействия на

эмоциональную и познавательную сферу студентов с ограниченной дееспособностью являются:

* активные и интерактивные методы обучения;
* психогимнастика и релаксация, позволяющие снять мышечные спазмы и зажимы, особенно в области лица и кистей рук.

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СТУДЕНТОВ**

Основные этапы практического психолого-педагогического сопровождения интегрируемого студента в учебном заведении

1. Выявление и анализ проблем у конкретного студента,
2. Определение возможности интеграции конкретного студента, условий и форм интеграции.
3. Составление плана интегрированного обучения, включая: определение вида и объема необходимой адаптации (образовательной, технологической и др.), оказание дополнительной специальной помощи.
4. Проведение предварительной организационно-коррекционной работы:

* со студентом и его родителями;
* студентами и ППС, с родителями, работниками учебного заведения.

1. При необходимости разработка индивидуальных учебных программ в зависимости от уровня возможностей и способностей студента.

Необходимым условием организации успешного обучения и развития студентов с ограниченными возможностями здоровья является создание адаптивной среды, позволяющей обеспечить их полноценную интеграцию и личностную самореализацию. В образовательном учреждении должны быть созданы надлежащие материально- технические условия, обеспечивающие возможность для беспрепятственного доступа детей с недостатками физического и психического развития в здания и помещения образовательного учреждения

Необходимо обеспечить психолого-педагогическое сопровождение студента с ограниченными возможностями здоровья на протяжении всего периода его о буче шля. Это сопровождение включает не только специальную тюррекционно-развивающую работу в индивидуальной и групповой форме, но обязательно и работу с администрацией образовательного учреждения, педагогическим и студенческим коллективом, родителями.

С целью обеспечения диагностико-коррекционного психологопедагогического сопровождения обучающихся с ОВЗ.

Заместитель директора по учебно-воспитательной работе, куратор оказывают систематическую организационно-методическую помощь ППС, которые работают со студентами с ОВЗ в определении направлений и планировании работы, анализирует результаты обучения.

Преподаватели, работающие со студентами с особыми образовательными потребностями, проводят систематическое углубленное изучение обучающихся с целью

выявления их индивидуальных особенностей и определения направлений развивающей работы, фиксируют динамику развития, ведут учет освоения ими учебной программы.

Текущие и этапные результаты адаптации, продвижения в развитии и личностном росте обучающихся, формирования навыков образовательной деятельности, освоения учебной программы, показатели функционального состояния их здоровья фиксируются в процессе сопровождения обучающегося.