



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ
ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Учебно-методическая документация

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

**МДК 03.01 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ
ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность:

43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму
(углублённая подготовка)

Разработчик:

Ефимов О.Н., преподаватель колледжа

Методические рекомендации по практическим занятиям приняты на заседании предметной (цикловой) комиссии иностранных языков Гуманитарно-экономического колледжа,

Протокол №1 от 01.09.2017

Председатель предметной (цикловой) комиссии Ковалева Ковалева Е.Р.

Содержание

Пояснительная записка.....	4
Тематический план.....	8
Содержание практических занятий	
Практическое занятие № 1.....	13
Практическое занятие № 2.....	15
Практическое занятие № 3.....	16
Практическое занятие № 4.....	17
Практическое занятие № 5.....	18
Практическое занятие № 6.....	19
Практическое занятие № 7.....	21
Практическое занятие № 8.....	22
Практическое занятие № 9.....	23
Практическое занятие № 10.....	24
Практическое занятие № 11.....	27
Практическое занятие № 12.....	28
Практическое занятие № 13.....	29
Практическое занятие № 14.....	31
Практическое занятие № 15.....	33
Практическое занятие № 16.....	34
Практическое занятие № 17.....	38
Информационное обеспечение обучения.....	42
Лист регистрации изменений.....	43

Пояснительная записка

Методические рекомендации по практическим занятиям, являющиеся частью учебно-методического комплекса по МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности составлены в соответствии с:

1 Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности СПО 43.02.10 Туризм;

2 Рабочей программой модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг;

3 Положением о планировании, организации и проведении практических занятий студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования в колледжах НовГУ.

Методические рекомендации включают 17 практических занятия, предусмотренные рабочей программой профессионального модуля в объеме 42 часов.

В результате выполнения практических заданий обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение 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 турагентствами;
- 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 туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульства, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- 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 иностранных языках;

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам 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 расчетов 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.

Результатом освоения МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

- | | |
|--------|--|
| 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 |
| ОК 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес; |
| ОК 2 | Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; |
| ОК 3 | Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях; |

- ОК 4 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности;
- ОК 6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- ОК 7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий;
- ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
- ОК 9 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности;

Критерии оценки

Требования к докладам

Доклад оценивается по параметрам: содержание (научность, доказательства, конкретные примеры из жизни, иллюстрации); оформление в соответствии со стандартом (92_СТО 1.701-2010); Культура речи докладчика.

Оценка «5»: работа выполнена в полном объеме, выдержаны все требования к содержанию, оформлению. Докладчик грамотно изложил доклад, ответил на все вопросы, связанные с его работой.

Оценка «4»: работа выполнена в полном объеме, не выдержан 1 из требований к содержанию, есть небольшие замечания к оформлению.

Докладчик грамотно изложил доклад, ответил на все вопросы, связанные с его работой.

Оценка «3»: работа выполнена не в полном объеме, но тема раскрыта и выдержана половина требований к содержанию, есть замечания к оформлению.

Докладчик с затруднениями изложил доклад и ответил на вопросы, связанные с его работой.

Оценка «2»: доклад не выполнен, или работа выполнена не в полном объеме, тема не раскрыта, не выдержаны требования к оформлению, или докладчик отказался от защиты доклада.

Требования к письменным работам, конспекту

Оценка «5» - задание выполнено без ошибок; Ответы конкретные и лаконичные; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «4» - ответы конкретные, но могут содержать незначительные неточности; Работа написана аккуратно, без помарок, разборчивым почерком.

Оценка «3» - не выполнено до конца одно из заданий; Ответы содержат некоторые неточности; Работа выполнена небрежно.

Оценка «2» - допущены принципиальные ошибки; Вопросы раскрыты поверхностно или нераскрыты; Работа оформлена небрежно.

Требования к решению задач

Оценка «5»- задача решена верно, оформлена эстетично, ответ обоснован; даны исчерпывающие и обоснованные ответы на вопросы.

Оценка «4»- задача решена верно, есть незначительные неточности; оформлена эстетично, ответ обоснован; даны исчерпывающие ответы на вопросы.

Оценка «3»- задача решена, есть ошибки; есть замечания по оформлению, ответ недостаточно обоснован; ответы на вопросы даны, но нет обоснования.

Оценка «2»- работа не выполнена или выполнена неверно.

Тематический план и содержание профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности		202	
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		202	
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	Содержание 1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туристской деятельности. Факторы туристской деятельности. 2. Международное регулирование туристской деятельности. 3. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.	6	1,2,3
Тема 1.2 Законодательная база туроператорской деятельности	1. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база. 2. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров	10	1,2,3
Тема 1.3 Документация туроператорской фирмы	1. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности. Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. 2. Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности. Работа с агентскими договорами.	4	1,2,3
	Практическое занятие №1. 1. Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица»	4	

	Практическое занятие №2. 1. Технология оформления договоров и страховых полисов	4	
Тема 1.4 Технология разработки туристского продукта	Содержание	12	1,2,3
	1. Понятие технологии и разработки туристского продукта. 2. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации. 3. Свойства и цели турпродукта.		
Тема 1.5 Оптимальный турпродукт	Содержание	16	1,2,3
	1. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Условия создания оптимального турпродукта. 2. Выбор схемы работы в дестинации. 3. Основные правила и методика составления программ туров. 4. Организация транспортного обслуживания туристов. 5. Технология бронирования туруслуг. 6. Расчет стоимости тура.		
	Практическое занятие №3. 1. Анализ ресурсов выбранной дестинации. Определение базовых услуг по заданным показателям.	4	
	Практическое занятие №4. 1. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения.	2	
	Практическое занятие №5. 1. Планирование программ турпоездов. Определение наиболее оптимальных программ турпоездов	2	
	Практическое занятие №6. 1. Составление программ тура и турпакета.	2	
	Практическое занятие №7. 1. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.	2	
	Практическое занятие №8. 1. Составление турпакетов с использованием иностранного языка	4	
	Практическое занятие №9. 1. Расчет стоимости тура	2	
	Практическое занятие №10.	2	

	1. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.		
Тема 1.6 Туристские формальности	Содержание	14	1,2,3
	1. Паспортно-визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями. Визовые ограничения. 2. Страхование услуг. 3. Таможенные формальности. Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспощинная торговля.		
	Практическое занятие №11. 1. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам	2	
	Практическое занятие №12. 1. Изучение порядка ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.	2	
Тема 1.7 Технология взаимодействия с турагентами	Содержание	16	1,2,3
	1. Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности». Основные положения договора между туроператором и турагентом. Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовые гарантии. 2. Организация деятельности с турагентствами по реализации турпродукта. 3. Формы и способы бронирования туров. Правила работы с заявками на бронирование. 4. Ведение документооборота с использованием информационных технологий. 5. Правила расчетов с турагентствами и методы их поощрения. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет комиссионного вознаграждения. 6. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Предоставление информации турагентам по рекламным турам. 7. Формирование контрагентской сети.		
	Практическое занятие №13.	2	

	1. Работа с заявками на бронирование туруслуг		
	Практическое занятие №14. 1. Деловая игра «Создание контрагентской сети»	2	
Тема 1.8 Оптимизация представления туруслуг	Содержание	14	1,2,3
	1. Практика делового общения и переписки Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании. Неотъемлемые компоненты деловой переписки. Значение партнерских взаимоотношения в туристкой индустрии.		
	2. Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.		
	3. Решение проблем с помощью правового регулирования . Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме. .		
	4. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения.. Вопросы безопасности в туризме. Предоставление сопутствующих услуг.		
	5. Оптимизация деятельности туроператора		
	Практическое занятие №15. 1. Техника написания делового письма	2	
	Практическое занятие №16. 1. Работа с информационно-справочными материалами	2	
	Практическое занятие №17. 1. Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ. Систематическое изучение основной и специальной литературы. Работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя. Изучение информационно-справочных изданий, каталогов, ценовых предложений. Составление схем и таблиц.		68	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы при изучении раздела 1 ПМ. Изучение единого Федерального реестра туроператоров. Мониторинг предложений туроператоров. Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы.			

Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения. Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг. Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации. Сравнительной характеристики поощрения покупок Tax free и duty free. Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе. Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности. Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов. Сбор документов на оформление визы. Оформление рабочего места менеджера турфирмы. Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр. Разбор и анализ ситуаций, связанных некачественным предоставлением туристских услуг.		
---	--	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – **ознакомительный** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – **репродуктивный** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – **продуктивный** (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

Содержание практических занятий

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.3 Документация туроператорской фирмы

Практическое занятие №1.

Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица» (4 часа)

Цель практического занятия:

- углубление знаний по теме 1.3;
- развитие умения самостоятельно работать с литературой;
- развитие навыков научно-исследовательской деятельности;
- формирование умения планировать мероприятия, направленные составления пакета документов для учреждения юридического лица.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- основные понятия современного туризма;
- ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», Гражданский Кодекс РФ;
- виды договоров при оформлении юридического лица, специфику работы;
- типовые формы договоров;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- оформлять договора в соответствии с требованиями;
- планировать работу по сбору необходимых документов.

Перечень необходимых средств обучения:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с. – 15 штук
2. Доступ к ресурсам Интернет – 15 компьютеров с выходом в Интернет.
3. Гражданский Кодекс РФ – 15 штук.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.
2. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.
3. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности. Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
- 4 Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности.

Рекомендации по выполнению заданий:

1. Определение целей и задач занятия.
2. Уточнение теоретических положений.
3. Анализ конспекта имеющихся лекционных материалов вместе с преподавателем.
4. Составление конспекта необходимых документов для учреждения любого юридического лица.
5. Составление перечня необходимых документов для учреждения юридического лица и шаблон основного договора– туроператора в Великом Новгороде.
6. Самооценка выполненного задания.

7. Обсуждение результатов, предложения по коррекции процесса сбора необходимых документов и последовательности действий для ускорения регистрации, получить отметку, сравнить с самооценкой.

Содержание заданий:

1 Уточнить теоретические положения по теме:

- Основные понятия современного туризма.
- ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
- Гражданский Кодекс РФ.
- Рынок туристских услуг, сегменты туристического рынка.
- Виды договоров при оформлении юридического лица, специфику работы.
- Типовые формы договоров.
- Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.
- Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.
- Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности. Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
- Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности.

2. Проанализировать конспект имеющихся лекционных материалов.

3. Составить конспект необходимых документов для учреждения любого юридического лица.

4. Разделить группу на 2 команды (подгруппы):

1-ая составляет перечень необходимых документов для учреждения юридического лица и шаблон основного договора – туроператора в Великом Новгороде.

2-ая составляет перечень необходимых документов для учреждения юридического лица и шаблон основного договора – турагента в Великом Новгороде.

5. Дать самооценку выполненного задания.

6. Обсудить результаты, выслушать предложения по коррекции процесса сбора необходимых документов и последовательности действий для ускорения регистрации, получить отметку, сравнить с самооценкой.

Требования к результатам работы: конспект составлен и апробирован на занятии.

Форма контроля: наблюдение за проведением хода игры на занятии, письменная работа в тетради, получение отметки.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с. 1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности
Тема 1.3 Документация туроператорской фирмы
Практическое занятие №2.
Технология оформления договоров и страховых полисов (4 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить технологию оформления договоров и страховых полисов.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

Документацию туристской фирмы,
ведение туристской отчетности .
Документацию туроператорской фирмы.
Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- оформлять страховой полис;
- вести туристскую отчетность.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.
2. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.
3. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности .Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
- 4 Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Составить по данной теме таблицу, в одной графе указать основные пункты договора, в другой - основные характеристики пунктов входящих в договор и страховой полис

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №3.

Анализ ресурсов выбранной дестинации. Определение базовых услуг по заданным показателям (4 часа).

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить анализ ресурсов выбранной дестинации, определить базовые услуги по заданным показателям.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- сущность оптимального продукта и дестинации;
- принципы выбора базовых услуг и турпродуктов;
- условия создания оптимального турпродукта;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- выбирать схему работы в дестинации.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Понятие технологии и разработки туристского продукта.
2. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.
3. Свойства и цели турпродукта.
4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.
5. Условия создания оптимального турпродукта.
6. Выбор схемы работы в дестинации.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

1. Провести анализ ресурсов выбранной дестинации (В.Новгород, Новгородская область).
2. Определить базовые услуги предоставляемые в выбранной дестинации.
3. Результаты записать в тетради.

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. –М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
3. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. –М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
4. www.turprofi.ru Портал для турагента.
5. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал.
6. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия.

7. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России.

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №4.

Планирование себестоимости проектируемого турпродукта. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. (2 часа).

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, углубление и расширение теоретических знаний по теме ценообразование в туризме.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- определение цены и ценообразования;
- факторы, влияющие на формирование цены;
- методы расчета цен;
- расчетно-сметная документация;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- правильно использовать методические приемы расчета цен;
- определять окончательные цены.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: Цена на туристские продукты (услуги) имеет два предела: нижний и верхний. Нижний - себестоимость туристских продуктов (услуг), а верхний определяется спросом на турпродукт (услугу). Следовательно, цена на турпродукт (или услугу) определяется его стоимостью и спросом на него. Кроме того, на цену турпродукта (услуги) влияет ряд факторов: класс обслуживания, вид транспорта, форма обслуживания, конъюнктура туристского рынка, сезонность реализации турпродуктов и предоставления туристских услуг, эффективность рекламы и др.

Цена туристских продуктов (услуг) включает ряд взаимосвязанных элементов:

- 1) себестоимость туристского продукта или услуги;
- 2) прибыль туристской организации;
- 3) комиссионное вознаграждение в пользу посредника;
- 4) НДС.

Соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах, представляет собой структуру цены, которая позволяет судить о значимости элементов цены и их уровне.

Основу цены туристских продуктов (услуг) составляет себестоимость, которая характеризует текущие затраты туристской организации на производство и реализацию продуктов (услуг). Ее размер во многом определяет уровень цены, так как доля затрат в цене, как правило, составляет 50—75%.

Прибыль должна быть достаточной, для того чтобы побудить предпринимателя к организации турбизнеса и обеспечить плановое развитие туристской организации. Диапазон прибыли в турбизнесе, по разным оценкам, составляет 6—30%.

Комиссия посреднических организаций обеспечивает им возмещение затрат, связанных с продвижением туристских продуктов и услуг от производителей к потребителям. Диапазон комиссии в туристской отрасли достаточно широк: 5—14%.

Налог на добавленную стоимость (НДС) исчисляется по ставке 18%, которая отражает его удельный вес в составе цены. Наличие или отсутствие льгот по этому налогу у

туристских организаций предопределяет удельный вес НДС в цене туристских продуктов (услуг).

На практике каждая туристская организация стремится к тому, чтобы полностью возместить затраты, связанные с выпуском продуктов (услуг), и получить достаточную прибыль. Для этого определяются и систематически корректируются уровни цен на предоставляемые продукты и услуги, т.е. формируется ценовая политика — механизм принятия решений о поведении туристской организации на рынке в области ценообразования исходя из целей и задач турбизнеса, внутрифирменных традиций и других факторов.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

1. Проанализировать деятельность местных туроператорских компаний.
2. Выявить основные тенденции в области установления цены на турпродукт.

Требования к результатам работы: ответы на контрольные вопросы в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. — М.: КНОРУС, 2008. — 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. — М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. — 352 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности/ Под ред. Ю.В.Морозова, В.Т.Гришиной. — М.: Дашков и К, 2010. — 448 с.
3. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. —М.: Дашков и К, 2011. — 72 с.
4. www.turprofi.ru Портал для турагента
5. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
6. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
7. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №5.

Планирование программ турпоездок. Определение наиболее оптимальных программ турпоездок. (2 часа).

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы; изучить планирование программ турпоездок и определение наиболее оптимальных программ турпоездок; формирование умений по составлению проекта договора с клиентом и графика движения по маршруту.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- основных поставщиков услуг и их роль в развитии турбизнеса;
- требования, предъявляемые к поставщикам услуг;
- основные направления в работе с поставщиками услуг;
- переговоры с поставщиками услуг;
- особенности договоров, с различными поставщиками услуг;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- оформлять договора в соответствии с требованиями.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: основные поставщики услуг. Их роль в развитии турбизнеса. Требования, предъявляемые к поставщикам услуг. Основные направления в работе с поставщиками услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Особенности договоров, с различными поставщиками услуг.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

1. Составить проект договора с предприятием питания.

Договор должен отражать структуру работы, полно и точно, логично и последовательно изложить материал. Договор должен быть сдан в установленные преподавателем сроки, и соответствовать всем предъявляемым требованиям к написанию договор следующим требованиям:

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №6.

Составление программ тура и турпакета. (2 часа).

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, выработка умения использовать теоретические знания на практике по созданию программы обслуживания туристской группы на активном маршруте.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- понятие программного обслуживания;
- базисная основа программ обслуживания;
- требования, предъявляемые к программе обслуживания;
- составляющие программного обслуживания;
- технология обслуживания в зависимости от программы;

уметь:

- отбирать составляющие программного обслуживания;
- приводить примеры сопроводительной информации;
- отбирать материал для предоставления перед аудиторией.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: программное обслуживание - это комплексное предоставление определенного набора услуг клиенту в процессе преодоления им пространства (на транспорте, пешком, на животных или другими способами), подчиненное одной цели (мотиву), побудившей его (клиента) к решению собственных проблем (возможности знакомства, обучения, самовыражения, удовлетворения любопытства и др.) с помощью путешествия.

В связи с высокой степенью накала конкурентной борьбы на международном туристском рынке большинство туристских фирм стало предлагать своим клиентам комплексное обслуживание по определенной программе. Это резко и довольно сильно увеличило рынок, расширив систему спроса и предложения, позволило дифференцировать его, а туристским фирмам - специализироваться на том или ином виде программ (тематике, технологии), что, естественно, сразу повысило уровень обслуживания.

Программа обслуживания - это набор запланированных услуг, распределенный по дням и времени их предоставления. Программный туризм - это работа над программами обслуживания.

Краеугольным камнем туристской программы является основная цель путешествия. Это связано с тем, что, как показали исследования, турист не считает программу и обслуживание качественными (даже программу самого высокого уровня), если цель путешествия не достигнута. Например, при покупке тура клиент предполагал, что получит много познавательных экскурсий, а в процессе обслуживания выяснилось, что на фешенебельном курорте все экскурсии предоставляются за дополнительную плату, да и то при условии набора минимального количества человек в экскурсионной группе. Турист не удовлетворен. Программа его не устроила - обслуживание некачественное. И наоборот. Такая реакция потребителя на обслуживание оказывает влияние на восстановительный эффект поездки и отдыха, так как этот эффект тесно связан с психологическим уровнем восприятия отдыха и путешествия.

При этом базовой основой программирования туристского обслуживания являются, конечно, вкусы, привычки и пожелания клиентов.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Вопросы, вынесенные для обсуждения на семинаре:

1. Программный туризм. Понятия программного туризма
2. Базисная основа программ обслуживания. Требования, предъявляемые к программе обслуживания.
3. Основные составляющие программного туризма
4. Технология обслуживания в зависимости от программы

Требования к результатам работы: устный ответ на семинаре.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №7.

Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. (2 часа).

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, составить программы туров для российских и зарубежных клиентов.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- документацию туристской фирмы;
- ведение туристской отчетности;
- документацию туроператорской фирмы;
- права и обязанности туроператора, турагента и туриста;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- составлять примерную программу тура (тур-выходного дня).

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.
2. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.
3. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности. Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
4. Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Составить по данной теме таблицу, в одной графе указать основные пункты маршруты, в другой – род занятий на пункте остановки в программу пребывания туристов, за основу взять туры по Новгородской. Псковской областям, «Золотое кольцо России».

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №8.

Составление турпакетов с использованием иностранного языка. (4 часов)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, составление турпакетов с использованием иностранного языка.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- документацию туристской фирмы;
- ведение туристской отчетности;
- документацию туроператорской фирмы;
- права и обязанности туроператора, турагента и туриста;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- составлять примерную программу тура (тур-выходного дня).

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.
2. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.
3. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности. Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
4. Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Составить по данной теме таблицу, в одной графе указать основные пункты маршруты, в другой – род занятий на пункте остановки в программу пребывания туристов, за основу взять туры по Новгородской. Псковской областям, «Золотое кольцо России» - все оформить на иностранном языке

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №9.

Расчет стоимости тура. (2 часа)

Цель практического занятия: изучение особенностей расчета туристского пакета.
В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- этапы формирования турпродукта;
- потребительские свойства турпродукта;
- основные виды туров, их преимущества и недостатки;

уметь:

- формировать пакет услуг;
- проектировать тур.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: новый туристский продукт разрабатывается на основе пяти стратегических позиций, ориентированных на получение прибыли:

- 1) постановка ясной и обоснованной цели;
- 2) соответствие туристского продукта потребностям потенциальных клиентов;
- 3) разработка оригинальных форм туристских услуг, привлекающих новых клиентов;
- 4) анализ туристского рынка на основе социологических исследований, изучения мотивации и мнений населения;
- 5) разработка эффективных мероприятий по продвижению туристского продукта на рынок.

Непосредственная процедура разработки туристского продукта или тура предусматривает заключение договоров между направляющей и принимающей туристскими фирмами, между туроператором и предприятиями транспорта, общественного питания и прочих поставщиков услуг. Эти договоры регулируют отношения турфирмы с предприятиями туристской инфраструктуры и направлены как на предоставление туристам возможности перемещения из пунктов направления в пункты назначения, так и на обеспечение отдыха, досуга, развлечений. Договоры определяют условия направления и приема туристов. Перед заключением договора рекомендуется ознакомиться с условиями приема и обслуживания туристов непосредственно на месте.

Переговоры с иностранными партнерами по туристскому бизнесу отличаются особой сложностью, так как требуют учета национальных традиций и особенностей.

При выборе транспортной организации определяющим показателем в большинстве случаев служит цена на билеты и возможность получения различных скидок. В меньшей степени учитываются комфортность транспортного средства, время выхода на маршрут и прибытия, длительность поездки, возможность стыковки рейсов.

Размещение туристов за последние десятилетия претерпело существенные изменения. Эти изменения были связаны с появлением новых тенденций в мировом гостиничном хозяйстве и с внедрением в гостиничный бизнес новых прогрессивных технологий.

Размещение туристов в гостиницах осуществляется на основании предварительного заказа (брони).

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Задание 1.

Используя двухкилометровые карты районов Новгородской области, составить активный маршрут по любому району области, продолжительностью 3 дня.

Задание 2.

- Определить: 1) основные и дополнительные услуги, входящие в состав маршрута;
2) количество туристов в группе;
3) потребность в инструкторском составе;

Требования к результатам работы:

1. Отчёт – активный маршрут, продолжительностью 3 дня.
2. Ответы на контрольные вопросы в задании 2 в тетради (письменная работа в тетради).

Форма контроля: письменная работа.

Критерии оценки: смотреть в Пояснительной записке.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с. 1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.5 Оптимальный турпродукт

Практическое занятие №10.

Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, закрепление умений по заполнению технической карты тура, листа бронирования.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- виды документов;
- требования, предъявляемые к оформлению документов;
- работу с документами, при оформлении тура;
- назначение документов. их оформление;
- основные особенности договора с клиентом;

уметь:

- заполнять технической карты тура и листа бронирования;
- описывать маршрут;

- проводить маркетинговые исследования в разных сферах;
- уметь анализировать полученные **результаты**.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

Документы туристской фирмы можно разделить на три большие группы, относящиеся к разным видам деятельности:

- 1) учредительные и иные разрешительные документы;
- 2) документы, относящиеся к разработке туров;
- 3) документы, выдаваемые туристам.

Учредительные и иные разрешительные документы. Документация турфирмы зависит от избираемой ее руководителем формы собственности. Наиболее распространенная форма собственности турфирмы — общество с ограниченной ответственностью (ООО), реже — индивидуальное предпринимательство, еще реже — акционерное общество.

Документы, относящиеся к разработке туров. Взаимоотношения между турфирмами — разработчиками туристских услуг и другими участниками туристского рынка (турагентами, перевозчиками, владельцами средств размещения, предприятий питания, организаций, предоставляющих экскурсионные и иные услуги) регулируются договорами. Наиболее важный из них, устанавливающий взаимоотношения между туроператором и турагентом, называется агентским договором или соглашением (приложение 2). Этот документ предусматривает передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя. Турагент может продавать туристские услуги туроператора от своего имени, но при этом между ними должен быть заключен соответствующий договор.

Особая группа документов составляется на туристские маршруты (маршрутная документация). В ней можно выделить четыре группы документов:

- 1) технологические документы маршрута, похода, экскурсии;
- 2) документы о реализации туристского маршрута;
- 3) документы об обслуживании группы туристов на маршруте;
- 4) отчетные документы.

Технологические документы маршрута регламентированы ГОСТ Р 5068194 «Туристскоэкскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». Документальную основу туристского путешествия составляют:

- технологическая карта туристского путешествия (приложение 3);
- информационный листок к туристской путевке с описанием путешествия.

При выполнении туристского похода дополнительно оформляются:

- отчет о проведении экспедиционного обследования маршрута туристского похода;
- материалы социологического изучения пожеланий туристов по обслуживанию на данной трассе;
- паспорт трассы туристского похода.

При организации экскурсии заполняются:

- технологическая карта экскурсии;
- контрольный пакет экскурсии;
- материалы «Портфеля экскурсовода»;
- схема трассы маршрута транспортной экскурсии.

Документы о реализации туристского маршрута включают договоры:

- между туроператором и турагентами;
- между турфирмой и поставщиками услуг.

Документы об обслуживании группы туристов на маршруте включают:

- доверенность, выдаваемую руководителю туристской группы;
- проездные документы;

- ваучеры;
- памятки и инструкции гида, руководителю туристской группы;
- списки туристов.

В отчетные документы входят отчет о маршруте и отзывы туристов.

Документы, выдаваемые туристам. При направлении на маршрут турист получает от турфирмы пакет обязательных, а иногда и дополнительных документов. К обязательным документам относятся:

- туристская путевка;
- договор о туристском обслуживании;
- памятка (информационный листок);
- страховой полис.

Дополнительными документами могут быть билеты на транспорт и туристский ваучер.

Туристская путевка — документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта. Таким образом, туристская путевка имеет тройное функциональное назначение: правовое, информационное и финансовое.

В путевке указываются наименование тура и его направление, основные услуги, предоставляемые туристу, сроки выполнения тура, цена турпакета и др.

Договор о туристском обслуживании — документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой. Это основной документ для предъявления претензий к турфирме.

Памятка или информационный листок содержит сведения об особенностях тура, мерах безопасности, которые должен предпринять турист на маршруте. В нем также приводятся рекомендации по обмену валюты, посещению предприятий питания, поведению и др.

Страховой полис — документ, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой. В страховом полисе указывается лимит страхового покрытия — сумма, которая будет выплачена туристу или его родственникам в результате наступления страхового события (травмы, заболевания, смерти). Возможно страхование имущественной и материальной ответственности, например страхование на случай утраты багажа, страхование от невыезда по маршруту и др.

При организации индивидуальных туров туристы получают на руки ваучер — документ, подтверждающий факт оплаты услуг. Ваучер служит основанием для обслуживания туристов и взаиморасчетов с турфирмой.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

1. Дать характеристику туристской документации — перечислить виды, описать состав (письменно в тетради).

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. — М.: КНОРУС, 2008. — 288 с. 1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. — М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. — 352 с.
2. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. — М.: Дашков и К, 2011. — 72 с.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.6 Туристские формальности

Практическое занятие №11

Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить технологию оформления документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- таможенные формальности;
- порядок перемещения валюты через государственную границу;
- порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных;
- пассажирская таможенная декларация;
- формы и необходимость декларирования товаров;
- таможенные сборы и пошлины;
- беспошлинная торговля;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- оформлять памятку туристу.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, компьютер с подключением к ресурсам Интернет.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Паспортно-визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.

2. Визовые ограничения.

3. Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных.

4. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспошлинная торговля.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Вопросы, вынесенные для обсуждения на семинаре:

1. Паспортно-визовые формальности.
2. Особенности оформления виз в некоторые страны.
3. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.

4 Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.

Требования к результатам работы: устный ответ на семинаре.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.6 Туристские формальности

Практическое занятие №12.

Изучение порядка ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить порядок ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- таможенные формальности;
- порядок перемещения валюты через государственную границу;
- порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных;
- пассажирская таможенная декларация;
- формы и необходимость декларирования товаров;
- таможенные сборы и пошлины;
- беспошлинная торговля;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- оформлять памятку туристу.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, компьютер с подключением к ресурсам Интернет

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Паспортно-визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.
2. Визовые ограничения.
3. Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных.
4. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспошлинная торговля.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Составить по данной теме таблицу, памятку туристу направляющемуся:

- Испанию
- Италию
- Индию
- США
- Китай
- Тайланд
- Мексику
- Турцию
- Египет
- Израиль

Страна выбирается по согласованию с преподавателем (могут быть предложены варианты студентов)

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с. 1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.7 Технология взаимодействия с турагентами

Практическое занятие №13

Работа с заявками на бронирование туров. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить основы работы с заявками на бронирование туров.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов;
- федеральный закон «об основах туристской деятельности»;
- основные положения договора между туроператором и турагентом;
- единый федеральный реестр туроператоров;
- финансовые гарантии;
- формы и способы бронирования туров;

уметь:

- работать с заявками на бронирование;

- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- вести туристскую отчетность.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор, компьютер с подключением к сети Интернет.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

- Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.
- Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.
- Понятие туроператорской деятельности.
- Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности.
- Документация туроператорской фирмы.
- Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
- Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов.
- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности».
- Основные положения договора между туроператором и турагентом.
- Единый федеральный реестр туроператоров.
- Финансовые гарантии.
- Формы и способы бронирования туров.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради или листах формата А4.

Содержание заданий:

Вопросы, вынесенные для обсуждения на семинаре:

- Привлечение потенциальных клиентов на бронирование туров.
- В чем плюсы работы с постоянной клиентской базой?
- Как привлечь клиента - размещаем правильную рекламу.
- Особенности партнерских программ.
- Основные формы бронирования.
- Основные способы бронирования.
- Правила работы с заявками на бронирование.
- Ведение документооборота с использованием информационных технологий.

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради или листах формата А4, устный ответ на семинаре.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности
Тема 1.7 Технология взаимодействия с турагентами
Практическое занятие №14.
Деловая игра «Создание контрагентской сети». (2 часа)

Цель практического занятия: формирование общего представления о предпринимательстве, закрепление первичных практических навыков предприимчивости предпринимательства, необходимых в условиях рыночной экономики.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- нормативно-правовую базу осуществления туроператорской деятельности;
- организационно – правовые формы функционирования туроператоров;
- понятие туроператорской деятельности;
- права и обязанности туроператора, турагента и туриста;
- правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов;
- финансовые гарантии;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- создавать бизнес-план.

Перечень необходимых средств обучения: бланки для голосования, компьютеры, мультимедийная система, интернет, флеш – накопители.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

- Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.
- Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.
- Понятие туроператорской деятельности.
- Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности.
- Документация туроператорской фирмы.
- Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
- Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов.
- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности».
- Основные положения договора между туроператором и турагентом.
- Единый федеральный реестр туроператоров.
- Финансовые гарантии.
- Формы и способы бронирования туров.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно.

Содержание заданий:

Этапы проведения игры.

1. Подготовительный этап. Ранее изучался материал по теме «Бизнес – план ученической компании».
2. Начало игры. Организационный момент. Вступительное слово ведущего (знакомство, цель и ход игры).
3. Определение кандидатуры лидера группы (генерального директора)
4. Определение рейтинга предпринимательских идей.
5. Презентация конкурсных работ. Определение победившей в творческом конкурсе команды.

6. Пресс-конференция 2-х претендентов на должность главного менеджера компании.
7. Подведение итогов пресс – конференции и голосования.
8. Итог урока. Заполнение карты самоконтроля учащихся.

1. Вступительное слово ведущего. 5 мин

Уважаемые студенты, сегодня на уроке вам предлагается поучаствовать в деловой игре. Деловая игра предполагает, что вы со всей серьезностью примете ее правила. Успех игры зависит от вашей активности и прочности усвоения, полученных на уроках технологии и экономики теоретических знаний, способности сыграть определенную социальную роль с учетом конкретной экономической ситуации. Сегодня вам представится возможность показать свои предпринимательские, организаторские, коммуникативные и творческие способности. Ваш преподаватель выступит в роли менеджера преуспевающего коммерческого банка, финансирующего предприятия среднего и малого бизнеса. Перед вами стоит задача – убедить правление банка в целесообразности предоставления вам кредита для организации производства товара или услуги. Напоминаю, что принятые вашими группами идеи и разработки лягут в основу будущего бизнес – плана. Желаю успеха! Вспомним, что именно представляет собой предпринимательская идея и каковы основные критерии ее оценки (Презентация «Предпринимательская идея. Бизнес – план»).

2. Для работы учащиеся на предыдущем уроке самостоятельно формируют команды по 5-6 человек.

3. Определение кандидатуры лидера группы (генерального директора). 7 мин.

Конкурс предпринимательских идей внутри группы. Идея оформляется в виде краткого устного резюме с обоснованием предпринимательской идеи. Лучший вариант в группе выносится на обсуждение в классе.

4. Представление лучших резюме. Определение рейтинга предпринимательских идей путем тайного голосования. 10 мин.

5. Работа в группах в группах. 20 мин.

Используя лучший вариант предпринимательской идеи, учащиеся определяют вид фирмы и юридическую форму предпринимательства.



Выбор должен быть обоснован с учетом специфики создаваемой фирмы, плюсов и минусов предполагаемой формы. Результат работы оформляется в виде первых слайдов презентации бизнес – плана.

1. Заголовок, название фирмы, состав группы.
2. Краткое резюме.
3. Форма предпринимательства и вид фирмы.
6. **Заполнение вакансий специалистов** фирмы в зависимости от необходимости – (главный бухгалтер, менеджер; дизайнер, специалист по рекламе; маркетолог, технический редактор; юрисконсульт и т. д.). Заполнение таблицы (4 слайд). **10 мин.**
- 7.

№	Специалист	Ф.И.О.	Основные должностные обязанности

8. Подведение уроков 5 мин.

Называется командный победитель творческого конкурса.

9. **Итог урока.** Заполнение карты самоконтроля учащихся.

КАРТА самоконтроля учащихся

Ваша оценка деятельности на уроке команды_____
Оценка собственной работы на уроке_____
Оценка организации урока _____
Чтобы вы изменили в организации урока_____

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради и предложенных картах.

Форма контроля: индивидуальная и групповая.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.8 Оптимизация представления туров

Практическое занятие №15.

Техника написания делового письма. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, изучить технику написания делового письма.

В результате изучения темы обучающийся должен:
знать:

- практику делового общения и переписки;
- понятие корпоративной культуры;
- профессиональную этику работников туроператорской компании;
- неотъемлемые компоненты деловой переписки;
- значение партнерских взаимоотношения в туристской индустрии;

уметь:

- отбирать материал по предложенной теме;
- Работать с информационно-справочными материалами.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий:

1. Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков.
2. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании.
3. Неотъемлемые компоненты деловой переписки.
4. Значение партнерских взаимоотношения в туристской индустрии.
5. Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.
6. Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.
7. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения.. Вопросы безопасности в туризме. Предоставление сопутствующих услуг.
8. Оптимизация деятельности туроператора.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

1. Используя конспект лекций составить подтверждение бронирования услуг
2. Написать претензию в исполнении качества оказанных услуг (транспортное обслуживание на маршруте).

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.8 Оптимизация представления туруслуг

Практическое занятие №16.

Работа с информационно-справочными материалами. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, а так же углубление и расширение теоретических знаний по теме продви-

жение турпродукта в сети Интернет, поисковая оптимизация сайта турагентства, технологию оформления договоров и страховых полисов.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- продвижение турпродукта в сети Интернет, поисковая оптимизация сайта турагентства;

- реклама на радио: актуальность, составление медиа-плана;

- требования к рекламному ролику;

уметь:

- создавать и продвигать турпродукт в Интернете.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор, компьютер с выходом в Интернет

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: в настоящее время существует тенденция снижения эффективности прямой рекламы туристических услуг в средствах массовой информации. Поиск альтернативных форм рекламы приводит туристические предприятия к мысли о необходимости собственного присутствия во всемирной компьютерной сети Интернет. Глобальная сеть Интернет предлагает следующие пути продвижения туристического продукта:

- продвижение продукта через создание собственного Интернет-сайта;

- электронная реклама;

- промо-акции в Интернете;

- прямая почтовая рассылка;

- PR-технологии;

- участие в международных выставках и ярмарках в сети Интернет.

Самое эффективное средство при формировании, продвижении и реализации своего туристического продукта - это открытие своей персональной страницы или представительства в Интернет. В Беларуси данный метод широко используется туристическими компаниями. На сегодняшний день более 160 из 300 туристических агентств и туроператоров города Минска имеют собственные Web-страницы.

Создание собственной Web-странички или специализированного сервера - наиболее эффективный способ электронной рекламы. Информация, помещенная на эту страницу, становится доступна всем, кто пользуется Интернет. Затраты на разработку и ведение ее существенно зависят от объема информации и способа ее предоставления (только текст, текст и цветные фото, фильмы, озвученные рекламные ролики и др.).

Примечательно, что в отличие от газет или других носителей рекламы Интернет предоставляет возможность получать информацию о тех, кто ее просмотрел. Существует возможность отслеживать, из какой страны, в какое время вызывают интерес те или иные данные на рекламной странице, и с учетом этого вносить изменения. Информация может быть предоставлена на любом языке в латинице или кириллице и будет доступна в любое время дня и ночи любому пользователю из любой страны. При этом затраты существенно меньше затрат на другие виды рекламы.

Создание сайта в Интернете открывает перед туристическим предприятием следующие возможности:

Для туроператора это исключительно удобный канал связи с агентствами, для турагента - быстрый выход на клиентов.

Создание благоприятного имиджа фирмы или товара/услуги.

Обеспечение доступности информации о фирме или продукции для сотен миллионов людей, в том числе географически удаленных.

Реализация всех возможностей представления информации о товаре: графика, звук, анимация, видеоизображение и многое другое.

Оперативная реакция на рыночную ситуацию: обновление данных прайс-листа, информации о фирме или товарах, анонс новой продукции.

Продажа продукции и услуг через Интернет — одно виртуальное представительство позволит не открывать новых торговых точек.

Основным требованием к сайту туристического агентства является оперативность. Обращаясь к Интернету в поисках путевки, клиент должен получить больше информации, чем через другие средства массовой информации. На туристических порталах оставляется краткая справочная информация. Переходя с туристического портала на сайт туристического предприятия, клиент вправе получить более подробную и актуальную информацию. Однако необходимо ограничить количество страноведческой информации. Эти данные он может почерпнуть на других специализированных сайтах. На сайте же туристического предприятия нужна в первую очередь информация о конкретных предложениях.

Сайт туристической компании должен быть привлекательным. Стильный дизайн, большие фотографии, флэш-анимация, яркие, запоминающиеся тексты.

Обязательно должна быть книга отзывов туристов (пусть даже эти туристы будут виртуальными). Подбор туристов должен проводиться по социально-демографическим признакам, например, для пляжного отдыха можно поместить небольшой рассказ мамы с ребенком, для далекой экзотики подойдут воспоминания молодоженов о своем незабываемом свадебном путешествии и т.п. Дополнительным преимуществом будет размещение на сайте фотогалереи с тщательно отобранными фотографиями.

Собственная web-страница позволяет подчеркнуть конкурентные преимущества собственного туристического продукта в скрытой форме через различные рубрики, например, «Часто задаваемые вопросы», либо на форуме, сравнивая свой туристический продукт с продуктом конкурента.

На таком сайте очень важен форум, на котором администраторы своевременно, полно и убедительно отвечали бы на вопросы пользователей. Причем для оживления обсуждения владельцам сайта желательно самим организовывать обсуждения интересных тематик.

Форум желательно подкреплять рассылками новостей и интересных обсуждений на самом форуме. Ведь если посетитель задал интересующий его в определенный момент вопрос, впоследствии он может о нем забыть. Человек может просто забыть о понравившемся ему сайте, отвлечься на другие дела и т.п. А при почтовом уведомлении о поступившем ответе, во-первых, он получает напоминание о посещенном им ресурсе, во-вторых, удовлетворяет свой интерес, который может затем материализоваться в покупку тура.

Еще один способ привлечь повторных посетителей — это организация различных конкурсов и викторин. Их можно проводить не только на самом сайте, но и на других сайтах сети с вашей потенциальной аудиторией.

После создания web-страницы ее необходимо разместить так, чтобы ее нашло наибольшее число пользователей сети Интернет, т.е. прописать в поисковых серверах.

Необходимо также принять ряд мер по продвижению непосредственно сайта. Во-первых, стоит рассказать о том, что у компании появился сайт друзьям, партнерам и клиентам. Это можно сделать, разослав по своей адресной книге электронное письмо, а также можно и разослать письма обычной почтой.

Во-вторых, на визитках, договорах компании и любых бланках, любых бумагах, которые видят клиенты нужно писать адрес своего сайта. Это важно, потому как в определенный момент клиент или партнер не сможет найти реквизиты, но вспомнит, что у него есть бланк заказа или прайс-лист, на котором есть все реквизиты, в том числе и адрес сайта. И, конечно, легче прочитать адрес сайта с бумаги, чем воспринимать его на слух.

В-третьих, в любой рекламе, текстовой, графической, рекламе в Интернете или рекламе в газетах нужно указывать адрес сайта. На сайте потенциальный клиент получит гораздо больше информации, чем из рекламного объявления. Основная цель рекламного объявления — привлечь внимание, а не дать информацию, информацию должен дать тот информационный канал, который размещен в рекламе — телефон, адрес сайта, e-mail.

Созданный сайт должен работать эффективно. Существует система показателей, по которым компания имеет возможность определить, достигаются ли поставленные перед ним цели.

Первый показатель – это посещаемость сайта, ведь каждый посетитель – это потенциальный клиент.

Во-вторых, чтобы сайт быстрее окупился и начал приносить прибыль, его стоимость должна соотноситься с ожидаемым экономическим эффектом от создания web-страницы.

В-третьих, на сайте должна постоянно добавляться и обновляться информация, только такой сайт может пользоваться популярностью, и иметь высокий рейтинг в поисковых системах.

Продвижение туристического продукта на рынке туристических услуг производится также с помощью электронной рекламы.

Самым распространенным и эффективным способом Интернет-рекламы является баннерная реклама. Баннер – это прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG. Особенность GIF-баннеров заключается в возможности применения анимации. Формат JPG используется для изготовления статичных баннеров. Распространенным инструментом создания баннеров выступают FLASH-технологии. Они позволяют применять более сложную анимацию и расширять информационное содержание при минимальных размерах файла баннера. Размер баннера – очень важный показатель и должен учитываться при его разработке, т.к. он должен быстро загружаться и не влиять на работоспособность рекламной площадки.

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Задание.

1. Проанализировать сайты основных туристических агентств Великого Новгорода и Санкт-Петербурга (по 5 шт. по каждому городу).
2. Сравнить полученные данные, выявить основные достоинства и недостатки.
3. Полученные данные оформить в таблицу

Требования к результатам работы:

1. Заполненная таблица.
2. Ответы на контрольные вопросы в тетради.

Форма контроля: письменная работа.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
3. www.turprofi.ru Портал для турагента
4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Раздел 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности

Тема 1.8 Оптимизация представления туруслуг

Практическое занятие №17.

Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования. (2 часа)

Цель практического занятия: закрепить теоретические знания, полученные при изучении темы, Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования.

В результате изучения темы обучающийся должен:

знать:

- качество обслуживания и способы его регулирования в туризме;
- вопросы безопасности в туризме;
- сопутствующие услуги;

уметь:

- анализировать проблемы, возникающие во время тура;
- устранения проблемы, возникающие во время тура.

Перечень необходимых средств обучения: тетрадь, калькулятор.

Требования по теоретической готовности студентов к выполнению практических занятий: конфликт - одна из наиболее распространенных форм организационного взаимодействия и других отношений между людьми. Подсчитано, что конфликты и переживания персонала занимают около 15% его рабочего времени. Еще больше времени тратят на урегулирование конфликтов и управление ими руководители - в некоторых организациях до половины рабочего времени.

Конфликты занимают одно из центральных мест в управлении персоналом не только в силу значительности связанных с ними временных затрат, но и вследствие высокой организационной значимости их инновационных, созидательных, а особенно разрушительных последствий.

Потенциальные причины конфликта, как было выявлено явилось: совместно используемые ресурсы, взаимозависимость заданий, различия в целях, различия в восприятии и ценностях, различия в стиле поведения и биографиях людей, а также плохая коммуникация. Люди часто не реагируют на ситуации потенциальных конфликтов, если это ситуации не связаны с минимальными личными потерями или угрозами.

К потенциальным отрицательным последствиям конфликта относятся: снижение производительности, неудовлетворенность, снижение морального состояния, увеличение текучести кадров, ухудшение социального взаимодействия, ухудшение коммуникаций и повышение лояльности к подгруппам и неформальным организациям. Однако при эффективном вмешательстве конфликт может иметь положительные последствия. Например, более углубленная работа над поиском решения, разнообразие мнений при принятии решений и улучшение сотрудничества в будущем.

В заключение необходимо отметить, что управление конфликтами более эффективно, если оно осуществляется на ранних этапах возникновения противоречий. Чем раньше будет обнаружена проблемная ситуация в отношениях с подчиненными или руководством, тем меньше усилий придется приложить для того, чтобы разрешить ее конструктивно. Таким образом, необходимо уделять достаточно внимания как предупреждению конфликтных ситуаций в организации, так и мониторингу и прогнозированию конфликтов

Рекомендации по выполнению заданий: задания выполняются письменно в рабочей тетради.

Содержание заданий:

Анализ конфликтных ситуаций на примере туристической фирмы «Мир без границ».

Рассмотрим на примере туристической фирмы «Мир без границ» некоторые конфликтные ситуации:

Между турфирмой и туристами

2 февраля 2011 года в турфирму «Мир без границ» пришла гражданка Иванова с целью приобрести путевку в г. Хэйхэ на 4 дня. На следующий день она в составе туристической группы выехала в соседнее государство. По размещению и обслуживанию Иванова, не предъявляла ни каких претензий. Утром 3-го дня на завтраке, гражданка Иванова сообщила руководителю о том, что ей нужно сегодня покинуть г.Хэйхэ, потому что у нее куплены билеты на самолет. На все разъяснения руководителя, гражданке Ивановой о том, что она покинуть Китай может только в составе туристической группы, Иванова отвечала грубостью. К сожалению, гражданку Иванову не удалось вывезти из г.Хэйхэ. Ей пришлось возвращаться вместе с группой на следующий день. Об этом инциденте фирма была поставлена в известность. По приезду Иванова пришла на фирму и потребовала компенсации морального ущерба (за грубость руководителя) и возмещению стоимости пропавших билетов на самолет. Рассмотрев заявление гражданки Ивановой, руководство турфирмы «Мир без границ», вынуждено было отказать в удовлетворении. На что она ответила исковым заявлением в суд.

Между туроператором и турагентом

Туристическая фирма «Мир без границ» в начале 2011 года, приобрела большое количество путевок по направлению Египет у туроператора. Они договорились, что расчет по купленным путевкам произойдет в течение первого квартала. С возросшим спросом в последнее время у жителей Амурской области данного направления, «Мир без границ» надеялась не только выплатить долг туроператору, но и получить максимальную прибыль в ближайшее время. В связи с последними событиями на Ближнем Востоке, туристическая фирма, смогла реализовать ¼ часть всех купленных путевок у оператора. Что бы хоть как-нибудь покрыть постоянные затраты, фирма стала продавать путевки в Египет по сниженным ценам. Что привело к нехватке выплаты денежных средств туроператору. На запрос о возвращении части не реализованных путевок обратно оператору и отсрочке выплаты денежных средств, фирма получила отказ. Фирме пришлось поднимать цены на другие направления (Китай, Таиланд, Вьетнам), что привело к потери клиентов. Все эти события стали причиной конфликта между турагентом и туроператором.

Внутриличностный конфликт

За все время работы в фирме «Мир без границ» сотрудник Петров, зарекомендовал себя с хорошей стороны. Ни когда не опаздывал, часто задерживался на рабочем месте по просьбе директора, выполняя его поручения. В фирме он занимал должность главного менеджера. 25 апреля, Петров заранее попросил у директора фирмы отгул на выходные в связи с женитьбой сына. Директор фирмы Кравцов без проблем отпустил сотрудника Петрова. В этот день Петров как обычно работал допоздна, подготавливая договора о сотрудничестве. В пятницу утром Кравцов отпустил Петрова Василия Ивановича пораньше. Вечером этого же дня по телефону директор фирмы «Мир без границ» сообщил Василию Ивановичу, что в связи с производственной необходимостью он должен в субботу работать. Однако Петров проигнорировал требования Кравцова и не вышел на работу. В понедельник, когда Петров пришел на рабочее место, Кравцов сообщил, что за свое бестактное поведение он будет наказан: штрафом, выговором и лишением премиальных.

Межличностный конфликт

А) между рядовыми сотрудниками

Когда в отделе рекламы фирмы «Мир без границ» освободилась вакансия, Федорова Тамара Ивановна занимающая должность старшего менеджера по рекламе, решила устроить свою племянницу. Директору фирмы племянница Тамары Ивановны сразу понравилась, и она была принята на должность младшего менеджера в отдел рекламы. Федорова быстро обучила племянницу. После двух месяцев совместной работы Тамара Ивановна стала замечать, что Сидорова (племянница) выдает ее идеи за свои собственные. Разговоры с племянницей ни к чему хорошему не привели. Наоборот они только ухудшили взаимоотношения между ними. Сидорова стала жаловаться директору фирмы на то, что Федорова Тамара Ивановна специально цепляется к ней, идя на конфликт, и умышленно вносит разлад в рабочий процесс. Тамара Ивановна получила строгий выговор. Директор фирмы не удосужился объяснить причину выговора. На очередном совещании директор турфирмы «Мир без границ», поручил рекламному отделу разработать рекламную компанию новому туристическому продукту «Чудеса земли Амурской». Тамара Ивановна была отстранена от этого проекта.

Б) Межгрупповой

Фирма «Мир без границ» получила крупный заказ на реализацию нового продукта. На совещание директор фирмы «Мир без границ» поручил функциональным отделам разработать рекламную компанию и подумать над названием проекта. Победителя сообщил директор, ждет хорошая прибавка к жалованию. Спустя некоторое время, сотрудники фирмы стали замечать, что между отделом рекламы и отделом разработки не однократно возникают конфликтные ситуации. Из-за этого страдает работоспособность всей фирмы. Занимаясь одним проектом, отделы забыли о других направлениях, что привело к потере постоянных клиентов.

Решение конфликтных ситуаций на примере туристической фирмы «Мир без границ»

Конфликтологами разработаны и продолжают разрабатываться способы предотвращения, профилактики конфликтов и методы их «безболезненного» разрешения. В идеале считается, что менеджер должен не устранять конфликт, а управлять им и эффективно использовать его. Первый шаг в управлении конфликтом состоит в понимании его источников. Менеджеру следует выяснить, это простой спор о ресурсах, недоразумение по какой-то проблеме, разные подходы к системе ценностей людей или это конфликт, возникший вследствие взаимной нетерпимости (непереносимости), психологической несовместимости. После определения причин возникновения конфликта он должен минимизировать количество участников конфликта.

Рассмотрим принимаемые решения менеджера на ситуации выше указанных:

- конфликтная ситуация между турфирмой и туристом. В данном случае конфликт возник как из-за невнимательности самого туриста, так и руководителя группы. Групповоду надо было несколько раз сделать акцент на дате возвращения в Благовещенск. В данном случае очень трудно анализировать ситуацию, со стороны «кто виноват». Я считаю, что на месте гражданки Ивановой не нужно было устраивать скандал, а спокойно найти решение этой проблеме. Обратившись в турфирму с жалобой, руководству фирмы надо было все пояснить, и подойти с пониманием к этой проблеме.

- конфликт между туроператором и фирмой «Мир без границ». Что касается этого конфликта: в силу последних событий на Ближнем Востоке, туроператору можно было пойти на уступки, и отсрочить срок выплаты. Тем более эти фирмы сотрудничают более 5 лет. Так как этого не сделали, фирма «Мир без границ» вынуждена была потерять часть клиентом.

- внутриличностный конфликт. Что касается этой ситуации то, я считаю, что директору фирмы нужно с уважением было отнестись к просьбе сотрудника, тем более он предупредил о наметившемся мероприятии заранее. В фирме помимо Петрова, работает еще 4 менеджера, я думаю, они могли бы обойтись без Петрова. С другой стороны Петрову не стоило игнорировать поручения директора.

- межличностный конфликт. Племянница в данной ситуации поступила не красиво по отношению к своей тете. Выходом из этого конфликта я вижу в следующем: во-первых, директору нужно было провести беседу с Федоровой и Сидоровой на предмет выявления причины конфликта и в дальнейшем не повторения данной ситуации. Во-вторых, поведение директора в этом случае было некорректно. Ему стоило разъяснить Тамаре Ивановне за что, она получила выговор и попытаться разобраться во всем случившемся.

- межгруппой конфликт. В этом случае на месте директора я поступил бы по другому: работу по разработке рекламной кампании и названию нового проекта поручил одному отделу, но при этом остальным отделам содействовать в разработке, время от времени координировать работу. Потому что, при соперничестве сотрудники забывают о своих прямых обязанностях. После успешного выполнения проекта организовать застолье.

Требования к результатам работы: письменная работа в тетради.

Форма контроля: индивидуальная.

Критерии оценки: см. пояснительную записку.

Список рекомендуемой литературы:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с. 1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.

3. www.turprofi.ru Портал для турагента

4. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

5. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

6. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Информационное обеспечение обучения

Дополнительные источники:

1. Богалдин-Малых. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учеб. пособие. – МПСИ, 2004.
2. Бутко И.И. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников; под ред. к.т.н. доцента И.И. Бутко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о»; Наука-Спектр, 2010.
3. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. – М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
4. Дубровин И.А. Маркетинговые исследования. – М.: Дашков и К, 2008. – 276 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2010.
6. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
7. Исмаева Л.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Донат Каримуллович Исмаев. – 20-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
8. Карпова С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга. - Ростов-н/Д, Феникс, 2011. – 286 с.
9. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.1. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
10. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма: учеб.пособие / Е.Н. Кнышова – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010.
11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности/ Под ред. Ю.В.Морозова, В.Т.Гришиной. – М.: Дашков и К, 2010. – 448 с.
12. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций: Учеб.пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
13. Прошкина Т.П. Маркетинг. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
14. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2007.
15. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007.
16. Туристическая библиотека «Все о туризме» [Электронный ресурс] <http://tourlib.net/>

Интернет-ресурсы:

1. www.turprofi.ru Портал для турагента
2. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
3. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
4. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму

Минспорттуризма России

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изме- нения	Номер листа				Всего ли- стов в до- кументе	ФИО и подпись ответ- ственного за внесение из- менения	Дата внесе- ния измене- ния	Дата введения изменения
	измененного	замененного	нового	изъятого				