

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**
(ВлГУ)

Колледж инновационных технологий и предпринимательства

Кафедра туризма и сервиса

О. А. КАЗУРОВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

К ЛЕКЦИОННЫМ ЗАНЯТИЯМ

по профессиональному модулю

ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

для студентов, обучающихся по специальности

43.02.10 – «Туризм»

1. Область применения методических указаний к лекционному курсу.

Программа профессионального модуля - является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД).

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.

Профессиональный модуль включает три дисциплины, первая и вторая представлены в данной методической разработке.

1. Технология и организация туроператорской деятельности.

2. Маркетинговые технологии в туризме.

3. Выставочные технологии в туризме.

2. Цели и задачи, требования к результатам освоения лекционного курса

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля в процессе лекционного курса должен **знать**:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;

- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;

- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;

- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;

- технологии использования базы данных;

- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;

- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;

- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;

- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;

- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;

- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию

3. Лекционный план для учащихся дневной формы обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

3.1. МЛК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности.

Тема 1. Основы туроператорской деятельности

Разновидности туроператорских фирм.

Функции туроператоров (ТО).

Этапы создания турпродукта.

Жизненный цикл турпродукта.

Тема 2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.

Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы.

Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию.

Тема 3. Технология разработки туристского продукта.

Особенности туристского продукта.

Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства.

Классификация турпродукта по целям путешествия.

Классификация турпродукта по продолжительности тура.

Классификация турпродуктов по географическим направлениям.

Классификация по специфике комплектации турпродукта.

Тема 4 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации.

Понятие о туристских ресурсах.

Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.

Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.

Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.

Тема 5. Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и партнерскими организациями.

Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и средствами размещения

Договорные отношения между турфирмой-оператором и транспортными организациями

Взаимодействие туроператора с иными организациями, возникающее при формировании турпродукта

Расчет стоимости тура

Тема 6. Туристские формальности.

Особенности оформления загранпаспортов гражданами Российской Федерации.

Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура.

Пограничные и таможенные формальности.

Тема 7. Организация страхования в туроператорской деятельности.

Финансовые гарантии туроператора.

Медицинское страхование в туроператорской деятельности.

Страхование от невозможности совершить туристскую поездку.

3.2.МЛК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Тема 1. Основные понятия в концепции маркетинга туризма.

Понятие маркетинговой деятельности.

Сущность и основные понятия, используемые в маркетинге туризма.

Историческое развитие маркетинга туризма в мировой рыночной экономике.

Стратегии маркетинговой деятельности, ориентированные на рынок туристского бизнеса (ТБ).

Тема 2. Характеристика основных маркетинговых элементов, влияющих на достижение целей ТБ.

Структура целей организации ТБ, ее миссия, планирование и стратегии.

Специфический товар ТБ. Товарная политика.

Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование услуг.

Ценообразование.

Сбытовая политика и организация реализации туристского продукта.

Конкуренция и конкурентоспособность.

Тема 3.

Стратегическое планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Формирование стратегии организации ТБ и стратегии маркетинговых коммуникаций.

Реклама и виды рекламы. Оценка и измерение эффективности рекламы.

Брендинг в современных стратегиях коммуникации.

Имидж туристской компании и организационная культура.

Тема 4.

Методы маркетинговых исследований и прогнозов.

Маркетинговая информационная деятельность организаций туристской сферы.

Методы маркетинговых исследований.

Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования.

Обработка и анализ маркетинговых данных.

Использование данных маркетингового исследования при создании турпродукта.

Использование данных маркетингового исследования при реализации турпродукта.

Использование данных маркетингового исследования при свертывании реализации турпродукта.

Тема 5.

Управление работой маркетинговой службы в организациях туристской сферы.

Маркетинговая служба в работе туристской организации — ее структура, цели и значение.

Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.

Маркетинг и работа с кадрами.

4. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. *Бердышев С.* Организация выставочной деятельности - М.: Изд-торг. корпорация «Дашков и К», 2010. –228 с. - ISBN 978-5-394-00932-7
2. *Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салащенко ; под ред. Н. П. Лаверова ; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. - М. : Дашков и К°, 2004 (ПИК ВНИИТИ). – 513 с. ISBN 5-94798-383-4*
3. *Кнышова Е. Н.* Маркетинг туризма [Текст]: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования : М.:ИД «Форум»: ИНФРА - М,2014. - 352 с. - ISBN:978-5-8199-0407-7 (ИД «Форум»), ISBN: 978-5-16-003771-4 (ИНФРА - М).
4. *Косолапов, А.Б.* Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст]: учебное пособие / Косолапов Александр Борисович ; Рец. Н.П. Плоткина. - 3-е изд.,стер. - М.: КНОРУС, 2011. - 280с. ISBN: 978-5-406-01765-4.
5. *Любавина Н.Л.* Технология и организация туроператорской деятельности [Текст]: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / Н.Л.Любавина, Л.А.Кроленко, Т.А.Нечаева. — 2-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 288 с. ISBN 978-5-4468-1523-4.

Дополнительная литература:

1. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс]: учебник: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.- Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/122655>
2. Дмитриев, М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н. Экономика туристского рынка [Электронный ресурс]: учебник: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/169586>
3. Игнатьева И. Ф. Организация туристской деятельности: учебное пособие [Текст]: Спб: Питер, 2015.- 448 с. ISBN:978-5-496-01029-0
4. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник: Ростов н/Д: Феникс, 2012.-332 с. ISBN: 978-5-222-18945-0.
5. Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма [Текст]: учебное пособие / Орловская Виктория Петровна ; Рец. Е. И. Богданов. М.: ИНФРА, 2013. - 176 с. ISBN 978-5-16-006293-8
6. Покровский, Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления [Электронный ресурс]: учебное пособие: Логос, 2009. – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/42571>

Интернет-ресурсы и электронно-библиотечные системы:

1. www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии
2. www.tourdom.ru – профессиональный туристический портал
3. www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Турифо»
4. <http://www.exponet.ru> - Выставки России, СНГ и Мира
5. <http://www.turist.rbc.ru> - Тематический сайт РБК о туризме
6. www.expocentr.ru – Сайт «Экспоцентр».
7. www.vvcenter.ru – Сайт Всероссийский Выставочный Центр.
8. www.ufinet.org = Международный союз ярмарок (UFI)