

Министерство образования и науки 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 музеологии и истории культуры

О. А. КАЗУРОВА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ЛЕКЦИОННЫМ ЗАНЯТИЯМ**
по профессиональному модулю
ПМ.01 «Предоставление турагентских 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).

Предоставление турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.

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

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

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

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма и гостиничного обслуживания при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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.01 «Предоставление турагентских услуг»

3.1. МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

Тема 1. Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме. Законодательные нормативные акты.

Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика выезда и въезда туристов в РФ. Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТА. Анализ требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта. Негосударственные объединения российских ТА (турагентов) и ТО (туроператоров). Требования российского законодательства к ТА. «Турпомощь» и финансовые гарантии.

Контрольные вопросы:

- 1. Каковы сферы воздействия туризма на экономику страны, региона?
 - а) Предпринимательская, потребительская, доходная, валютная сферы.
- Из предложенных вариантов ответов выберите тот, в котором перечислены основные направления влияния туризма на экономику региона:
 - а) Экономическое, социальное, гуманитарное.
- В чем заключается социальное значение туризма в жизни общества?
 - а) В совмещении отдыха с познанием, мирной направленности, воспитании подрастающего поколения.

Б) В восстановлении трудоспособности, рациональном использовании рабочего времени, обеспечении занятости, росте доходов, экологической невредности.

в) В стабилизации валютных поступлений, увеличении доходов туристских фирм и предприятий.

- Гуманитарное значение туризма заключается:

а) В обеспечении занятости населения, рациональном использовании свободного времени, притоке валюты в регион.

Б) В сезонной дифференциации цен, развитии дорожно-транспортной инфраструктуры, увеличении спроса на сувенирную продукцию.

в) В развитии личности, совмещении отдыха с познанием, мирной направленности, воспитании подрастающего поколения.

Тема 2. Формирование турпродукта

Расчет стоимости турпродукта- прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» Этапы работы ТО компании при формировании тура. Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива не уменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов - директоров ведущих ТО.

Контрольные вопросы:

- Почему существует классификация туров по целям отдыха?
- Существуют ли другие классификации туристских путешествий?
- По характеру отдыха и его организации предлагается выделять какие классы туров?
- По продолжительности путешествия предлагается выделять какие классы туров?
- По удаленности от места постоянного проживания предлагается выделять какие классы туров?
- По численности группы предлагается выделять какие классы туров?
- По возрастным особенностям предлагается выделять какие классы туров?
- По месту ночлега предлагается выделять какие классы туров?

Тема 3. Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.

Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Методы и нормативно- правовая основа рекламы турпродукта.

Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю.

Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании.

Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии

Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама.

Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте

Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.

Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки.

Реклама в соцсетях.

Участие ТО в поисковых системах- информационных ресурсах ТА.

Туристические выставки.PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.

Работа по привлечению ТА: создание франчайзинговых агентских сетей.

Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры.

Особенности продвижения турпродукта.

Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте.СПО

Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование.

Виды продвижения ТА для стимулирования потребителей. Разработка рекламной политики. Как привлечь туриста в офис.

Средства стимулирования потребителей- предоставление бонусов для постоянных покупателей, доп.бесплатного обслуживания, раздача сувенирной продукции

Нестандартные приемы продвижения. Cross-promotion.Дисконтные карты. Почтовая рассылка.

Контрольные вопросы:

- Какие существуют 4 основных категории факторов производства?
- Международная организация труда выделяет какие 3 основные формы занятости в туризме?
- Традиционно отмечаются какие особенности потребления туристского продукта?
- Какие особенности туристского потребления?

- Современная система туризма организационно включает какие хозяйствующие субъекты?
- Какой специализированный железнодорожный тур в Европе является самым известным и востребованным? Каков его маршрут?
- Чем объясняется большая востребованность автобусных туристских программ по Европе для российских туристов?
- Какая особенность визового режима посещения способствует успеху международного круизинга?
- Какие характеристики западноевропейских стран позволяют в туроперейтинге рассматривать их как единый регион?
- Перечислите московские и Санкт-Петербургские туристские операторские фирмы, специализирующиеся на организации автобусных туров в Европу.
- В чем причина того, что из всех стран Юго-Восточной Азии только Королевство Таиланд стало массовым направлением для российских туристов?
- Чем объясняется то, что из направлений Карибского региона только туры на Кубу и в Доминиканскую Республику можно назвать массовыми для российских туристов?

Тема 4. Технология продаж турпродукта

Специфика продаж в турбизнесе. Продажа услуги.

Методы изучения запросов потребителя. Структура рекреационных потребностей

Требования к турменеджеру. Обязанности менеджера ТА

Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами. Деловой этикет

Этапы обслуживания клиента. Различные средства стимулирования потребителей

Технология продаж готового турпродукта. Требования законодательства к информации, предоставляемой потребителю.

Контрольные вопросы:

- Туристская услуга, как и всякий товар, должна обладать какими двумя свойствами?
- На потребительную стоимость туруслуги воздействуют какие 2 фактора?
- Какие потребности определяет характер восприятия процесса присвоения и воспроизводства тура различными субъектами?
- В чем состоят недостатки и достоинства групповых и индивидуальных туров?
- Перечислите недостатки и достоинства инклюзив-туров.

3.2. МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Тема 1. Понятие и субъекты турагентской деятельности.

Основные понятия, используемые в турагентской деятельности

Понятие турагентской деятельности. Субъекты турагентской деятельности.

Основные понятия, используемые в турагентской деятельности.

Развитие и регулирование турагентской деятельности в России.

Контрольные вопросы:

- **Перечислите проблемы, возникающие в регионе в процессе развития туризма:**

- А) Сезонность, транспортные и продовольственные проблемы.
- В) Основные проблемы - сезонность и нехватка квалифицированных кадров.

- **Каким образом можно решить проблему сезонности в туризме?**

- А) Давать рекламу в специализированных изданиях, продумать систему скидок для постоянных клиентов, сокращать штат на туристских предприятиях.

- Б) Предложить сезонную дифференциацию цен, развивать несезонные формы отдыха, обеспечить полноценный отдых в несезон.

- В) Расширить местное производство услуг, развивать подсобные хозяйства, искать альтернативные трассы для доставки туриста к объектам туристского показа и развлечений.

Тема 2. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.

Организационные основы функционирования туристского предприятия.

Основные нормативные правовые акты, регулирующие турагентскую деятельность. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Гражданское право, регулирующее турагентскую деятельность.

Административное право, регулирующее турагентскую деятельность.

Уголовное право, регулирующее турагентскую деятельность.

Технологии предреализационных процессов в сфере туризма. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг, договор с туроператорами, туристами.

Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов.

Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Ведение туристской отчетности.

Контрольные вопросы:

- Какие существуют 4 основных этапа становления туризма в мире?

- Перечислите кратко направления законодательства России, отмечая особенности регулирования правовых основ туризма.

- Какие особенности туристского потребления существуют в России?

Тема 3. Технологии реализации туристского продукта. Правила расчета стоимости тура.

Общие понятия технологии реализации туристского продукта.

Технология доставки турпродукта потребителю туристских услуг.

Формирование сбытовой сети. Агентское соглашение. Реклама туристского продукта.

Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта.

Правила расчета стоимости стандартного турпакета. Доплаты и дополнительные услуги к турам.

Правила расчета нестандартного (индивидуального) турпакета.

Контрольные вопросы:

Когда и какие документы вы получаете в турфирме?

Перечислите и охарактеризуйте несколько экономических показателей работы турфирмы, зависящих от эластичности покупательского спроса и предложения туристического продукта вашей турфирмы.

Тема 4. Платежные средства и правила расчетов за рубежом

Операции с валютой.

Пластиковые карты и правила их использования. Особенности применения дорожных чеков.

Система поощрения покупок Tax-free и Duty-free. Правила ввоза и вывоза валюты.

Контрольные вопросы:

- Действия туриста при наступлении страхового случая
- Страхование багажа. Страхование от невозможности совершения поездки.

Тема 5. Паспортные и визовые формальности. Особенности паспортно-визового режима основных туристских направлений

Понятие и виды паспортов. Общегражданские и специальные заграничные паспорта.

Понятие визы и визовый запрос. Виды виз.

Визовые ограничения.

Особенности визового режима основных туристских направлений. Виды визовых режимов.

Контрольные вопросы:

- Визы бывают разных типов, каких?
- Назовите основные советы по получению виз.
- Когда Шенгенская зона начала своё существование?

Тема 6. Таможенные формальности основных туристских направлений.

Понятие таможенного режима, виды таможенных режимов. Таможенное декларирование.

Таможенное оформление и таможенный контроль. Нарушение таможенных правил.

Виды и формы таможенных документов для туристов.

Таможенные правила провозки багажа и грузов.

Контрольные вопросы:

- Известно, что развитие туризма порождает не только положительное, но и отрицательное влияние на внешнюю среду.
- Определите факторы негативного влияния туризма на внешнюю среду и объясните их последствия.
- Какие меры и что можно предпринять для его полного исключения или частичного снижения?

Тема 7. Правила и особенности обслуживания клиентов турфирмы

Профессионально-квалификационная характеристика работников турфирмы.

Классификация групп клиентов.

Формы и стили обслуживания клиентов.

Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы.

Конфликтология

Контрольные вопросы:

- Почему размещение — одна из двух важнейших составляющих комплекса туристских услуг?
- Как влияет трансфер на потребительские свойства ТП?
- Почему одной из определяющих потребительских характеристик программы является именно наличие гида и русскоговорящего сопровождающего?
- Сколько можно выделить еще несколько общих потребительских свойств турпродукта, т. е. тех, которые также важны для туриста?
- Как повысить культуру обслуживания?
- Что такое общение?
- Как преодолеть коммуникационные барьеры?
- Какие правила этикета соблюдают в турфирме?
- Перечислите основные правила ведения разговора по телефону?

4. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. 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

Дополнительная литература:

1. 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>
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. Восколович, Н.А Маркетинг туристских услуг[Электронный ресурс]: учебник : ЮНИТИ-ДАНА, 2011.- Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/122655>
4. 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

Интернет-ресурсы и электронно-библиотечные системы:

www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии
www.tourdom.ru –профессиональный туристический портал
www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Турифо»