

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 ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ
по профессиональному модулю

ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

для студентов, обучающихся по специальности

43.02.10 – «Туризм»

1. Область применения методических указаний к практическим занятиям.

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 практических занятий.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля в процессе практических занятий должен **иметь практический опыт:**

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

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

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

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

- оказания визовой поддержки потребителю;

- оформления документации строгой отчетности;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;

- выбирать оптимальный туристский продукт;

- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);

- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;

- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

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. План практических занятий для учащихся дневной формы обучения по профессиональному модулю ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

3.1. МЛК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности.

Практическое задание № 1

Проанализируйте данные определения понятия «индустрия туризма». Дайте свое определение, обоснуйте его.

- Индустрия туризма — это специфическая отрасль национальной экономики, которая представляет совокупность организаций и предприятий национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха, связанных с временным пребыванием вне обычной среды проживания.
- Туристская индустрия — отрасль экономики непроемственной сферы, совокупность предприятий, учреждений и организаций, которые удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, обеспечивают производство и потребление туристского продукта.
- Туристская индустрия — это диверсифицированный межотраслевой комплекс, состоящий из гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов развлечения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и других объектов, связанных с удовлетворением

туристских потребностей.

- Туристская индустрия — это взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, предоставляющих туристам все необходимые для потребления в процессе туризма туристские услуги, работы и товары.

Практическое задание № 2

Дайте анализ определения туристской индустрии, представленного в последней редакции Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В чем его функциональное назначение? В чем его плюсы и минусы?

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

Практическое задание № 3

Одни авторы полагают, что услуги туроператоров и турагентов не включаются в индустрию туризма, тогда как другие ставят их на первое место. Каково ваше мнение? Приведите аргументы в пользу своей точки зрения. Связано ли с решением данного вопроса мнение о том, что туристская индустрия является отдельной отраслью экономики?

Практическое задание № 4

Проанализируйте компоненты структуры туристской индустрии:

- организаторы туризма — туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты);
- предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, дома отдыха и т. д.);
- предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.);
- транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.);
- экскурсионное бюро;
- производственные туристские предприятия (производство сувениров, традиционных продуктов питания, легкой промышленности, мебели, туристского снаряжения)
- предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров);
- предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.);

- учреждения самодеятельного туризма (туристские, альпинистские, велосипедные клубы);
- органы управления туризмом (Государственные учреждения общественные туристские организации);
- учебные, научные и проектные учреждения.

Практическое задание № 5

Чем, на ваш взгляд, различаются типичные и нетипичные услуги индустрии туризма? Определите, какие из перечисленных ниже услуг относятся к группе типичных, а какие - к группе нетипичных УСЛУГ

- гостиницы;
- транспортные предприятия;
- экскурсионные бюро;
- учебные заведения туристского профиля;
- информационные и рекламные службы;
- научно-исследовательские и проектные организации туристского профиля;
- туроператорские и турагентские фирмы;
- предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др)•
- производственные туристские предприятия (производство сувениров, традиционных продуктов питания, легкой промышленности, мебели, туристского снаряжения)
- предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров);
- предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.);
- предприятия сферы досуга и развлечений (тематические (туристские, альпинистские, велосипедные клубы);
- органы управления туризмом (государственные учреждения, общественные туристские организации);
- учебные учреждения, готовящие специалистов для сферы туризма;
- индустрия сопутствующих услуг, предприятия, предоставляющие туристам сопутствующие услуги (прокат автомобилей, парикмахерские, салоны красоты, фитнес-салоны, прачечные, химчистки).

Практическое задание № 6

Назовите отличие организаций непосредственного обслуживания от организаций косвенного обслуживания. Определите, какие из перечисленных ниже услуг относятся к первой группе, а какие ко второй.

- поставщики туристских услуг (туроператоры, турагентства),
- информационные туристские организации;
- транспортные компании-перевозчики,
- предприятия по производству продуктов, мебели, одежды и т. д.;
- спортивно-оздоровительные предприятия;

организации по оказанию дополнительных услуг туристам (гиды, автопрокатные фирмы, музейно-экскурсионный бизнес и другие предприятия);

рекламные организации;

страховые компании, предприятия размещения, городские транспортные предприятия, предприятия питания; банки и прочие финансовые организации, лечебные заведения; учебные заведения.

Практическое задание № 7

Определите место различных видов туристской экономической деятельности в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) ОК 029-2007. Дайте анализ места в ОКВЭД следующих разделов, имеющих отношение к туристской экономической деятельности.

Раздел «Н 55». «Гостиницы и рестораны»

55.1. Деятельность гостиниц.

55.2. Деятельность прочих мест для временного проживания.

55.21. Деятельность молодежных туристских лагерей и горных туристских баз.

55.22. Деятельность кемпингов.

55.23. Деятельность прочих мест для проживания.

55.23.1. Деятельность детских лагерей на время каникул.

55.23.2. Деятельность пансионатов, домов отдыха и т. п.

55.23.3. Сдача внаем для временного проживания меблированных комнат.

55.23.4. Предоставление мест для временного проживания в железнодорожных спальнях вагонов и прочих транспортных средствах,

55.23.5. Деятельность прочих мест для временного проживания, не включенных в другие группировки.

55.3. Деятельность ресторанов.

55.30. Деятельность ресторанов и кафе.

55.4. Деятельность баров.

55.5. Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания.

55.51. Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях.

5510099. Услуги по предоставлению мест проживания прочие, не включенные в другие группировки.

5520000. Услуги ресторанов, баров, столовых.

5520010. Услуги общественного питания.

5520011. Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием.

5520012. Услуги по обеспечению питанием в заведениях самообслуживания.

5520013. Услуги по обеспечению питанием, приготовленным в другом месте.

Раздел «I». «Транспорт и связь»

- 6011010. Перевозки пассажирские
- 6011011, Перевозки пассажирские дальние,
- 6021000. Перевозки пассажиров автомобильным транспортом по расписанию.
- 6021030. Перевозки междугородные по расписанию.
- 6021040. Перевозки международные по расписанию.
- 6022020. Услуги по сдаче в аренду легковых автомобилей с водителями.
- 6110000. Услуги морского транспорта.
- 6110010. Перевозки пассажирские.
- 6110012. Перевозки круизные.
- 6120000. Услуги внутреннего водного транспорта.
- 6120012. Перевозки пассажирские на туристских линиях.
- 6120013. Перевозки пассажирские на экскурсионно-прогулочных линиях.
- 6210000. Услуги воздушного транспорта, подчиняющегося расписанию.
- 6210010. Перевозки пассажиров воздушным транспортом регулярные.
- 6220000. Услуги воздушного транспорта, не подчиняющиеся расписанию.
- 6220010. Перевозки пассажиров воздушным транспортом нерегулярные,
- 6330000. Услуги транспортно-экспедиционных агентств.
- 6350000. Услуги бюро путешествий и туристских агентств; услуги по оказанию помощи туристам, не включенные в другие группировки.
- 6350010. Услуги бюро путешествий и туристских агентств.
- 6350020. Услуги экскурсионных бюро.
- 60.10.11. Деятельность магистрального пассажирского железнодорожного транспорта.
- 60.21. Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию.
- 60.21.1. Деятельность автомобильного (автобусного) пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию.
- 60.22. Деятельность такси.
- 61.10.1. Деятельность морского пассажирского транспорта.
- 61.10.3. Аренда морских транспортных средств с экипажем; предоставление маневровых услуг.
- 61,10.31. Аренда морских транспортных средств с экипажем.
- 61.20.1. Деятельность внутреннего водного пассажирского транспорта.
- 61.20.3. Аренда внутренних водных транспортных средств с экипажем; предоставление маневровых услуг,

62.10.1. Деятельность воздушного пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию.

62.20.1. Деятельность воздушного пассажирского транспорта, не подчиняющегося расписанию.

62.20.3. Аренда воздушного транспорта с экипажем.

63.23.1. Деятельность терминалов (аэропортов и т. п.), управление аэропортами.

63.30. Деятельность туристических агентств.

63.30.1. Организация комплексного туристического обслуживания.

63.30.2. Обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами.

63.30.3. Предоставление туристических информационных услуг.

63.30.4. Предоставление туристических экскурсионных услуг.

Раздел «N». «Здравоохранение и предоставление социальных услуг»

85.11.2. Деятельность санаторно-курортных учреждений.

8514010. Санаторно-курортные и оздоровительные услуги.

8514020. Лечение и обслуживание в профилакториях.

8514030. Лечение и обслуживание в специализированных детских санаториях и лагерях.

8514040. Сопутствующие санаторно-курортные услуги.

Раздел «O». «Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг»

92. Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.

92.3. Прочая зрелищно-развлекательная деятельность.

92.32. Деятельность концертных и театральных залов.

92.33. Деятельность ярмарок и парков с аттракционами.

92.34. Прочая зрелищно-развлекательная деятельность.

92.34.3. Прочая зрелищно-развлекательная деятельность, не включенная в другие группировки.

92.40. Деятельность информационных агентств.

92.52. Деятельность музеев и охрана исторических мест и зданий.

Практическое задание № 8

Соотнесите виды туристской деятельности с соответствующими им субъектами туристской деятельности и приведите примеры.

Субъекты туристской деятельности: выездной турист (человек, путешествующий за рубежом), въездной турист (человек, не проживающий постоянно в Российской Федерации, путешествующий по ее территории, международный турист, туроператорская фирма, турагент, гостиничное предприятие, турист, самостоятельный турист, экскурсант, экскурсовод (гид), гид-переводчик, перевозчик, инструктор-проводник.

Практическое задание № 9

Проанализируйте приведенные ниже определения понятия «инфраструктура туризма». Приведите свое определение.

1. «Инфраструктура туризма представляет собой совокупность экономических, социальных, культурных и природных ресурсов, используемых в туристских целях, и характеризует уровень развития различных элементов туристской индустрии, включая уровень развития многих хозяйственных отраслей: шоссейных и железных дорог, аэропортов, связи, водоснабжения, канализации, электроснабжения и т. п.».

2. «Инфраструктура туризма — подземные и надземные сооружения, необходимые для удовлетворения потребностей туристской индустрии (автостоянки, освещение, автострады, близость аэропортов и пр.)».

3. «Инфраструктура туризма — это совокупность инженерных, транспортных, коммуникационных, энергетических и прочих сооружений, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность региона».

Практическое задание № 10

Выберите то, что можно отнести к инфраструктуре туризма:

- театры;
- памятники архитектуры;
- музеи;
- библиотеки;
- турбазы;
- рестораны;
- освещение;
- коммуникации;
- автострады;
- аэропорты;
- связь;
- водоснабжение;
- канализация;
- электроснабжение.

Практическое задание № 11

Охарактеризуйте основные виды инфраструктуры туризма, определяющие состояние региона. Определите, какие из перечисленных народнохозяйственных объектов относятся к общей инфраструктуре, специальной туристской инфраструктуре, информационной инфраструктуре:

- шоссейные дороги;
- железные дороги;
- аэропорты;
- водоснабжение населенного пункта;
- канализация населенного пункта;
- электроснабжение гостиничных комплексов;
- коммуникационные сооружения города;
- подъездные пути к объектам туризма;
- пешеходные тропы;
- почта;

- автономные системы канализации и утилизации отходов;
- отдельные сети телекоммуникации;
- информационные центры;
- сайты;
- туристские представительства в населенных пунктах.

Практическое задание № 12

Выберите любое конкретное предприятие индустрии туризма, соберите информацию о нем. Заполните следующую таблицу.

| Предприятие индустрии туризма | Название предприятия индустрии туризма | Краткая характеристика предприятия индустрии | Услуги, предоставляемые предприятием индустрии туризма |
|-------------------------------|--|--|--|
| Туристская фирма | | | |
| Транспортное предприятие | | | |
| Гостиница | | | |
| Предприятие питания | | | |
| Казино | | | |

Практическое задание № 13

Выберите любую страну (город) и соберите информацию о предприятиях индустрии туризма в ней. На основании собранной информации заполните таблицу.

| Туристские фирмы | Транспортные предприятия | Гостиницы и гостиничные сети | Предприятия питания | Казино |
|------------------|--------------------------|------------------------------|---------------------|--------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Практическое задание № 14

Дайте краткую характеристику туристских ресурсов Турции (Великобритании, Китая и других стран). Оформите материал в виде таблицы. На основании собранной информации сформулируйте выводы о привлекательности региона для туристов.

| | Природные богатства | Культурные ресурсы | Ресурсы гостеприимства, гостиничные цепи | Транспорт |
|---|---------------------|--------------------|--|-----------|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |

Практическое задание № 15

Используя различные источники (путеводители, атласы, ресурсы Интернета и др.), заполните следующую таблицу.

| № п/п | Туристская дестинация | Регион | Столица | Туристские ресурсы |
|-------|-------------------------------|--------|---------|--------------------|
| 1 | Мальдивские острова | | | |
| 2 | Сейшельские острова | | | |
| 3 | Багамские острова | | | |
| 4 | Гваделупа | | | |
| 5 | Барбадос | | | |
| 6 | Британские Виргинские острова | | | |
| 7 | Каймановы острова | | | |
| 8 | Виргинские острова | | | |
| 9 | Гренада | | | |
| 10 | Океания | | | |
| 11 | Ямайка | | | |
| 12 | Фиджи | | | |

3.2.МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Игра № 1. «Туристская индустрия в национальной экономике»

Цели:

- исследование дискуссионного вопроса о том, является ли туристская индустрия отдельной отраслью экономики или нет;
- выработка умения работать в группе;
- обучение умению принимать коллективное решение.

Количество участников: от 15 до 30 человек.

Время: игра длится от 45 минут до часа учебного времени.

Ход игры

- Преподаватель делит группу на три подгруппы по 5-7 человек (две из них — рабочие группы, третья — группа экспертов).
- Каждой подгруппе предлагается свое задание.
- Обсуждение задания в рабочих подгруппах и выработка коллективного решения; одновременно группа экспертов обсуждает критерии оценки коллективных решений и презентаций.
- Презентация коллективных решений каждой из рабочих групп.
- Вопросы и ответы.
- Оценка решений рабочих групп экспертами.
- Анализ результатов и подведение итогов игры руководителем.

Погружение

Назовите как можно больше отличий между понятиями «туризм», «туристская деятельность», «туристская индустрия».

Задание для первой подгруппы

Обоснуйте точку зрения, согласно которой индустрия туризма — отдельная специфическая отрасль национальной экономики. Приведите как можно больше аргументов в пользу этой точки зрения.

Задание для второй подгруппы

Обоснуйте мнение о том, что туристскую индустрию можно считать лишь комплексом предприятий различных самостоятельных отраслей, но не отдельной специфической отраслью национальной экономики. Приведите как можно больше аргументов в пользу этой точки зрения.

Задание для третьей подгруппы (экспертов)

Проанализируйте позиции и аргументацию каждой из групп. Найдите плюсы и минусы их аргументации. Используйте аргументы, приведенные ниже.

Раздаточный материал для группы экспертов

Аргументы в пользу точки зрения, что индустрия туризма — отдельная специфическая отрасль национальной экономики:

- наличие единой функциональной задачи — удовлетворение постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха;
- наличие у туристской отрасли своего собственного специфического продукта — комплексной туристической услуги или тура;
- единая совокупность организаций и предприятий разной отраслевой принадлежности;
- развитие и функционирование в качестве самостоятельного межотраслевого хозяйственного комплекса, лежащего не в вертикальной плоскости, а в горизонтальном пространстве.

Аргументы в пользу точки зрения, что туристскую индустрию нельзя считать отдельной специфической отраслью национальной экономики:

- в туризме отсутствует производство особого продукта;
- большая часть предприятий, относимых к индустрии туризма, занимается удовлетворением потребностей местного населения;
- согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОК 029-2007 (начало действия редакции — 01.01.13), отдельные виды туристской деятельности и туристских услуг включаются в различные разделы классификатора.

Игра № 2. «Разработка региональной программы развития туристской индустрии»

Цели:

- исследование вопроса о развитии туризма в отдельном регионе;
- выработка умения работать в группе;
- развитие навыков креативного мышления;
- обучение умению принимать коллективное решение.

Количество участников: от 15 до 30 человек.

Время: игра длится от 2 до 3 часов учебного времени.

Ход игры

- Преподаватель делит группу на три подгруппы по 5-7 человек.
- Всем подгруппам предлагаются одинаковые задания.
- Каждое задание обсуждается в подгруппах.
- Вырабатывается коллективное решение.

- После второго задания делается презентация коллективных решений.

- Ответы на вопросы.
- Межгрупповая дискуссия.
- Анализ результатов и подведение итогов.

Задание № 1

Проанализируйте «Типовую структуру региональной (муниципальной) программы развития туризма» (см. приложение 5).

Задание № 2

Выберите регион. Разработайте программу развития туризма для него с целью отдыха.

Примечание. Региональная программа развития туризма представляет собой план мероприятий по реализации проектов национального или регионального развития туризма. Принципы программы разработаны ВТО в 2003 г. Типовая программа разработана для гипотетической территории с развитием туризма на среднем уровне. Программу необходимо рассчитать на 5 лет. При выполнении задания следует учесть пляжные, морские, горные, природные, археологические, исторические достопримечательности, выделить зоны для развития прибрежного и горного туризма, указать дороги для обеспечения доступа к достопримечательностям.

Дебрифинг. Преподаватель подводит итоги игры. Выбирается лучшая программа.

Игра № 3. «Деятельность менеджера туроператорской фирмы по заключению соглашений с турагентствами»

Цели:

- выработка умения заключать соглашения с турагентствами;
- развитие умения вести переговоры;
- выработка умения работать в группе;
- развитие креативного мышления;
- обучение умению принимать коллективное решение.

Количество участников: **от 15 до 30 человек.**

Время: игра длится от 2 до 3 часов учебного времени.

Ход игры

- Группа делится на две (или четыре) подгруппы по 5-7 человек: подгруппа (или две подгруппы) туроператоров и подгруппа (или две подгруппы) турагентов.

- Подгруппам предлагается заключить агентское соглашение.
- Каждой подгруппе даются задания.
- Задания обсуждаются в подгруппах.
- Первое и второе задания — одинаковые для всех подгрупп.
- После выполнения второго задания делается презентация.
- В ходе последующих заданий в подгруппах вырабатывается

коллективное решение о конкретных пунктах договора.

- Подгруппы предоставляют друг другу свои варианты договоров, в которых учитываются интересы сторон.

- Представители от подгрупп проводят дискуссию в реальном времени (разыгрывают ситуацию в ролях), договариваются об окончательном варианте договора, остальные участники игры наблюдают за ними и анализируют процесс.

- В процессе игры задаются вопросы, проводится межгрупповая дискуссия.

- В конце игры — анализ результатов и подведение итогов.

Задание № 1 (для всех подгрупп)

Придумайте название своему предприятию. Определите направление деятельности, особенности, охарактеризуйте круг оказываемых услуг (15 минут).

Подготовьте короткую презентацию своей фирмы (10 минут).

Задание № 2 (для всех подгрупп)

Проанализируйте договор туроператорской фирмы с турагентством (см. приложение 10). Согласуется ли он с законодательством Российской Федерации? В чем состоят его особенности?

Задание №3 (для подгрупп туроператоров)

Составьте проект договора с турагентской фирмой.

Задание №3 (для подгрупп турагентов)

Составьте проект договора с туроператорской фирмой. Выскажите свои пожелания.

Примечание. Обратите внимание на размер комиссионного вознаграждения и модели сотрудничества туроператора и турагента.

1. Турагент выступает от имени и за счет туроператора (принципала).

2. Турагент выступает от своего имени, но за счет туроператора (принципала).

Практическое задание № 1

Выявить какой из городов Владимирской области имеет статус хоумленд, приведите примеры из других областей России и мира (по выбору студента).

Контрольный вопрос

Что представляет собой конечный результат туроператорской деятельности?

1. услуга размещения.
2. транспортная услуга.
3. туристский продукт.
4. продажа туристской путевки

Практическое задание № 2

Характеристика основных маркетинговых элементов, влияющих на достижение целей ТБ.

- Анализ договора между турагентом и туристом.
- Сравнительный анализ стандартного пакета документов на различные виды туров.
- Мониторинг потребности в отдыхе друзей и знакомых.
- Расчет полной стоимости стандартного турпакета, индивидуального тура, индивидуального экскурсионного тура различных типов, турпакета выбранного направления.

Контрольный вопрос

К инфраструктуре места отдыха можно отнести:

- А) Музеи, памятники архитектуры.
- Б) Библиотеки, мотели, турбазы, кафе.

Практическое задание № 3 Реклама - двигатель продаж.

- Рекламная политика ТОО-Интернет, печатные издания, e-mail рассылка. Создание агентской базы. Анализ сайта ТОО в части раздела «агентствам», «клиентам», «партнерам».
- Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта.
- Составить рекламный буклет «Пять причин, чтобы работать с нами...» (направление по выбору учащегося).
- Разработать план инфотура по выбранному направлению учащимся.

Контрольный вопрос

Анимационные технологии в обслуживании туристов не применяются на каких этапах?

Практическое задание № 4

Методы маркетинговых исследований и прогнозов.

- Дискуссия постановкой проблем по теме «Актуальность маркетинговых исследований в туристской деятельности в РФ».
- Нестандартные приемы маркетинговых исследований. Сувенирная продукция.
- Алгоритм маркетингового исследования в системе онлайн.
- Проведение маркетингового исследования «Способы привлечения посетителей в турфирму».
- Проведение маркетингового исследования «Выявление молодежных дестинаций во Владимирской области».
- Проведение маркетингового исследования «Результативность различных поисковых систем».
- Проведение маркетингового исследования «Выявление степени маркетинговой привлекательности для клиента при бронировании «напрямую» или через meet-компанию».

Контрольный вопрос

Какова последовательность этапов организации маркетингового исследования?

Практическое задание № 5

Управление работой маркетинговой службы в организациях туристской сферы.

Практические занятия:

- Дискуссия на тему «Преимущества и недостатки использования маркетинговой службы в отечественных и зарубежных турфирмах».

- Рейтинг личных и профессиональных качеств менеджера маркетинговой службы.

Контрольный вопрос

1. Почему однодневный тур для группы всегда дешевле, чем для индивидуала?

2. Назовите принципы проведения маркетинговых исследований.

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ППСЗ в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю согласно утвержденному учебному плану является **квалификационный экзамен**.

| Результаты | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|--|
| Освоенные профессиональные компетенции | | |
| ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. | - определение запросов потребителей | - экспертная оценка на практическом занятии |
| | - соответствие выбранного туристского продукта требованиям потребителя и обоснование правильности выбора оптимального туристского продукта | - экспертная оценка выполнения проблемно-ориентированной задачи и устной презентации аргументации выбора |
| | - выполнение требований инструкций и правил техники безопасности при | - наблюдение во время практического занятия и в ходе производственной |

| | | |
|---|--|--|
| | использовании офисной техники | практики |
| | - формирование и использование баз данных потребителей по заданным параметрам | - экспертная оценка на практическом занятии |
| | - соответствие результатов поиска конкретного турпродукта в сети Интернет заданным целям | - экспертная оценка выполнения ситуационных задач на практических занятиях и в ходе учебной практики |
| ПК 3.2. Формировать туристский продукт. | - оперативное предоставление потребителю (демонстрация результативности информационного поиска) запрашиваемой информации | - наблюдение во время практического занятия и в ходе учебной практики - отзыв потребителя (клиента) через опрос и анкетирование |
| | - полнота и доступность рекомендаций потребителю в устной и письменной форме (на русском и иностранном языках) согласно утвержденным нормам работы с клиентами | - экспертная оценка результатов выполнения практического задания - отзыв специалиста от организации, где проходит практика |
| | - формирование доступных рекомендаций с учетом разных категорий туристов (возраст, социальная группа, статус и др.) | - отзывы туристов, специалистов от работодателя |
| | - соответствие предоставляемой потребителю информации согласно требованиям российского законодательства | - экспертная оценка |
| | - презентация о туристских услугах | - оформление стенда на туристских |

| | | |
|---|---|--|
| | через средства СМИ | выставках и его экспертная оценка |
| | - разработка рекламного продукта о предлагаемых туристских услугах | - экспертная оценка рекламного буклета |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта. | - правильность оформления документации и расчета стоимости турпакета на основе современной нормативной базы | - экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и в ходе учебной практики |
| | - получение и анализ информации о стоимости и характеристиках туруслуг, входящих в турпакет | - экспертная оценка выполнения заданий на практического занятиях и в ходе учебной практики |
| | - соответствие результата подбора оптимального турпакета заявке потребителя | - экспертная оценка выполнения практического задания |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. | - точность и полнота проведенного маркетингового исследования предложений туроператоров | - экспертная оценка представления результатов исследования в виде устной и электронной презентации |
| | - точность следования инструкциям и нормам по бронированию с использованием современной офисной техники | - наблюдение во время практического занятия - правильность выполнения практического задания |
| | - проведение бронирования турпродукта согласно установленным требованиям | - экспертная оценка результатов выполнения практического задания |
| | - соответствие нормативам делового общения содержания устного и письменного | - тестирование - отзыв клиентов через анкетирование - ретинг-контроль 1 |

| | | |
|---|--|---|
| | общения с туроператором на русском и иностранном языках | |
| | - демонстрация техники презентации туристского продукта на русском и иностранных языках | - экспертная оценка устной и электронной презентации туристского продукта |
| | - планирование и расчет бюджета рекламной кампании | - экспертная оценка проекта рекламной кампании |
| | - заполнение всех документов, необходимых для осуществления турпоездки, в соответствии с нормативными требованиями | - наблюдение во время практического занятия, - тестирование ретинг-контроль 2 |
| | - участие в разработке памятки для туриста | - экспертная оценка выполнения практического задания |
| Освоенные общие компетенции | | |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | - участие в работе научно-студенческих обществ, - выступления на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанной с будущей профессией/специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.), - высокие показатели производственной деятельности | Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.); |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать | - выбор и применение методов и способов решения | |

| | | |
|--|---|---|
| <p>типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p> | <p>профессиональных задач, оценка их эффективности и качества</p> | <p>- при выполнении работ на ретинг-контроле;</p> |
| <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p> | <p>- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач</p> | <p>- при выполнении работ на различных этапах учебной практики; - экзамен</p> |
| <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p> | <p>- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.</p> | <p>- квалификационный экзамен</p> |
| <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p> | <p>- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.</p> | |
| <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p> | <p>взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения,</p> | |

| | | |
|--|---|--|
| | - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики | |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий | - самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий | |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | - планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования | |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности | - адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики. | |

5. 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 ВИНТИ). – 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.exposentr.ru – Сайт «Экспоцентр».
7. www.vvcenter.ru – Сайт Всероссийский Выставочный Центр.
8. www.ufinet.org = Международный союз ярмарок (UFI)