

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 САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ
(СРС)

по профессиональному модулю

ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

для студентов, обучающихся по специальности

43.02.10 – «Туризм»

1. Область применения методических указаний к организации самостоятельной работе студентов.

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 объема самостоятельной работы студентом

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля в процессе самостоятельной работы 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. Задания СРС для учащихся дневной формы обучения по самостоятельной работе по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

3.1. МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности.

Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 03

- Самостоятельный анализ существующих турпродуктов в одной территории Владимирской области (по выбору студента) и разработка нового турпродукта одной дестинации (по выбору студента) на основании проработки конспектов занятий, учебной и специальной литературы, результатов практических работ, мониторинговых отчетов по предмету.

Игра 1 «Разработка тура для определенного типа потребителей»

Цели:

- отработка навыков создания туров для определенного типа потребителей;
- выработка умения работать в группе;
- развитие креативного мышления;
- обучение умению принимать коллективное решение.

Количество участников: *от 15 до 30 человек.*

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

Ход игры

- Преподаватель делит группу на 3-4 подгруппы по 5-7 человек.
- Первое задание — одинаковое для всех подгрупп.
- Второе задание — отдельное для каждой подгруппы.
- Каждое задание обсуждается в подгруппах.
- Вырабатывается коллективное решение.
- После выполнения каждого задания делается презентация коллективных решений, задаются вопросы, проводится межгрупповая дискуссия.

• В конце игры — анализ результатов и подведение итогов. Задание № 1

Какие регионы (города) России вы посоветовали бы посетить разным категориям туристов из-за рубежа? Обоснуйте свой ответ. Для выполнения задания используйте путеводители, периодические издания по туризму, официальные сайты областей, городов. Заполните таблицу.

№ п/п	Название региона (города)	Описание факторов привлекательности	Категории потребителей (туристов)
1			
2			
3			
4			
5			

Задание № 2

Используя рекламные материалы туристских фирм, путеводители и собственный опыт путешествий, разработайте программу обслуживания туристов в какой-либо стране (городе).

Варианты групповых заданий.

- Пожилая пара из Финляндии хочет познакомиться с историей русской живописи, посетить основные действующие выставки по этой тематике.
- Два бизнесмена хотят принять участие в обучающем семинаре по менеджменту в Санкт-Петербурге,
- Молодой человек 22 лет хочет отдохнуть в течение 10-15 дней за границей с целью получения острых впечатлений.
- Молодожены желают совершить свадебное путешествие.
- Группа иностранцев хочет познакомиться с ритуалами Древней Руси, принять участие в театрализованном представлении,
- Выпускники хотят отметить окончание школы в Санкт-Петербурге.
- Родители желают отправить детей в лагерь в пределах России с целью отдыха и развлечений.
- Женщина средних лет желает отдохнуть в пансионате в Белорус-

сии.

Дебрифинг. Преподаватель подводит итоги игры. Анализирует программы обслуживания.

3.2.МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 03

- Проведение самостоятельного маркетингового исследования для анализа существующих турпродуктов в одной территории Владимирской области (по выбору студента) и разработки нового турпродукта одной дестинации (по выбору студента) на основании проработки конспектов занятий, учебной и специальной литературы, результатов практических работ, маркетинговых отчетов по предмету.

Игра 1 . «Деятельность сотрудника туроператорской фирмы по проведению маркетингового исследования».

Цели:

- выработка умения проводить маркетинговое исследование;
- 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: итоговая 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 провести маркетинговое исследование.
 - 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 о проведении маркетингового исследования (см. приложение 10). Согласуется ли он с законодательством Российской Федерации? В чем состоят его особенности?

Задание №2 (для подгрупп туроператоров)

Составьте проект договора с турагентской фирмой.

Задание №2 (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).

Задание № 3 (для всех подгрупп)

Проанализируйте результаты маркетингового исследования. Согласуется ли он с законодательством Российской Федерации? В чем состоят его особенности?

Задание №3 (для подгрупп туроператоров)

Составьте проект мероприятий по реализации результатов маркетингового исследования. Выскажите свои пожелания.

Задание №3 (для подгрупп турагентов)

Составьте проект мероприятий с туроператорской фирмой по реализации результатов маркетингового исследования. Выскажите свои пожелания.

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 ППССЗ 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	- определение запросов потребителей	- экспертная оценка на практическом за-

рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.		нятии
	- 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 использовании офисной техники	- наблюдение во время практического занятия и в ходе производственной 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, ста-	- отзывы туристов, специалистов от работодателя

	тус и др.)	
	- соответствие предоставляемой потребителю информации согласно требованиям российского законодательства	- экспертная оценка
	- презентация о туристских услугах через средства СМИ	- оформление стенда на туристских 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 занятия 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 общения с туроператором на русском и иностранном языках	- тестирование - отзыв клиентов через анкетирование - ретинг-контроль 1
	- 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 типовые	- выбор и применение методов и способов решения про-	- при выполнении ра-

методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	фессииональных задач, оценка их эффективности и качества	бот на ретинг-контроле; - при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	- экзамен
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	- квалификационный экзамен
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинен-	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при	

ных), результат выполнения заданий	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 Бо-

рисович ; 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. Игнатъева 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)