

Департамент образования Ивановской области
ОГБПОУ «Плесский колледж бизнеса и туризма»

**Методические указания по организации самостоятельной
работы**

МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта
по специальности СПО 43.02.10 ТУРИЗМ

базовой подготовки

Преподаватель: Е.С.Бурова

с. Северцево, 2015

Содержание

Введение

1. Тематический план

2. Таблица по организации самостоятельной работы

3. Содержание учебной дисциплины с вопросами для самоконтроля

4. Рекомендуемая литература

Введение

Программа учебной дисциплины МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10 «Туризм» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД);

- подготовка специалистов по туризму и соответствующих профессиональных комбинаций (ПК):

Специалист по туризму должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности (по базовой подготовке):

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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована как основной документ для приобретения студентами профессиональных знаний по специальности «Туризм».

1.1. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля 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.

КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

- комбинированный (проверка практических работ, заслушивание рефератов, проверка терминологического словаря, проверка домашних работ);
 - визуальный, индивидуальный, углубленный устный и письменный контроль;
 - взаимоконтроль выполнения письменных внеаудиторных работ;
 - комментированный опрос, фронтальный устный опрос;
- тематический контроль.

1. Подготовка информационного сообщения – это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объёму устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несёт новизну, отражает современный взгляд по определённым проблемам.

Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

2. Написание реферата– это более объёмный, чем сообщение, вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определённую тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

3. Составление опорного конспекта– представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию краткой информационной структуры, обобщающей и отражающей суть материала лекции, темы учебника. Опорный конспект призван выделить главные объекты изучения, дать им краткую характеристику, используя символы, отразить связь с другими элементами. Основная цель опорного конспекта – облегчить запоминание. В его составлении используются различные базовые понятия, термины, знаки (символы) – опорные сигналы. Опорный конспект может быть представлен системой взаимосвязанных геометрических фигур, содержащих блоки концентрированной информации в виде ступенек логической лестницы; рисунка с дополнительными элементами и др.

4. Составление сводной (обобщающей) таблицы по теме– это вид самостоятельной работы студента по систематизации объёмной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы. Формирование структуры таблицы отражает склонность студента к систематизации материала и развивает его умения по структурированию информации. Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал). Такие таблицы создаются как помощь в изучении большого

объема информации, желая придать ему оптимальную форму для запоминания. Оформляется письменно..

5. Составление кроссвордов по теме и ответов к ним– это разновидность отображения информации в графическом виде и вид контроля знаний по ней.

Алгоритм составления кроссворда:

- Внимательно прочитайте материал учебника по данной теме.
- Выпишите 25-30 терминов по данной теме.
- Выберите 2-3 самых длинных термина и расположите их по горизонтали и по вертикали.
- Остальные термины расположите по принципу пересечения с предыдущими.
- Сформулируйте суть каждого термина профессиональным языком, четко и лаконично.
- Оформите кроссворд.

6. Создание материалов-презентаций– это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы MicrosoftPowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Тематический план

Междисциплинарный курс (индекс МДК)	Объём времени, отведённый на освоение междисциплинарного курса							Практика	
	Максимальная учебная нагрузка и практика	Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося, часов	Учебная, часов для СПО (НПО)	Производственная (для НПО) по профилю специальности (для СПО), часов
		Всего, часов	в т.ч.						
			Теоретические занятия	лабораторные работы, часов	практические занятия, часов	Курсовые работы (проекты), часов (для СПО)			
1	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 курс 1семестр									
МДК 01.01. «Технология продаж и продвижения турагентских услуг»	128	86	46	-	40	-	42	-	-
Тема 1. Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме. Законодательные нормативные акты.	4	4	4	-	-	-	-	-	-
Тема 2.Формирование турпродукта	4	4	4	-	-	-	-	-	
Тема 3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.	18	14	14	-	-	-	4	-	
1 курс 2 семестр									
Тема 3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.	20	18	12	-	6	-	2	-	
2 курс 3 семестр									
Тема 3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.	18	12			12		6		
Тема 4 Технология продаж турпродукта	28	18	8	-	10		10		
Тема 5 Выставочная деятельность в туроперейтинге.	36	16	4	-	12	-	20	-	
Всего по МДК 01.01.	128	86	46	-	40	-	42	-	-

**Организация самостоятельной работы
студентов I курса по дисциплине МДК.01.01. Технология продаж и продвижения
турпродукта
специальность «Туризм»**

Раздел	Кол- во часов	Вид работы	Цель	Контроль
Тема 3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж. Отношения с органами государственной власти и управления. Надлежащая реклама. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель.	12	Написание докладов	Развивать готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	Устные ответы
Тема 4 Технология продаж турпродукта Формирование сбытовой сети туроператора. Система продвижения продукта туроператора. Сложности рекламы турпродукта. Основные принципы рекламы. Нормативная основа рекламной деятельности. Меры ответственности туроператора за достоверность информации, содержащийся в его каталогах, рекламе, объявлениях, объявлениях по продаже туров.	10	Составление опорного конспекта	Дополнительное изучение материала	Проверка преподавателям индивидуальных заданий.
Тема 5. Выставочная деятельность в туроперейтинге. Основные стендовые услуги. Средства рекламы и рекламоносителей. Планирование экспозиции. Основные правила выставочных	20	Составление конспектов	Дополнительное изучение материала. Совершенствование практических навыков	Устные ответы

работ. программы.				
Итого	42			

Основные источники (ОИ):

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство, год издания
ОИ.1	Туроперейтинг.	Кусков А.С. Голубева В.А.	М.: Форум, 2009
ОИ. 2	Туризм	Квартальнов В.А.	М.: Финансы и статистика, 2007
ОИ.3	Организация туристической индустрии.	Матюхина Ю.А.	М.: Альфа - М, 2012
ОИ.4.	Туроперейтинг: продвижение туристического продукта	Е.Н. Ильина	М.: «Финансы и статистика» 2008

Дополнительные источники (ДИ):

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство, год издания
ДИ.1	Туроперейтинг	Ильина Е. Н.	М.: Финансы и статистика 2007 г.
ДИ.2	Введение в туризм: Учебник. –	Биржаков Н.Б.	Издание 2-е, перераб. И дополн., 2004. - 448 с.