

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА**

Специальность 43.02.10, Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму

Кафедра Медиакоммуникаций и туризма

Кострома 2020 г.

Разработал:  Васильева М.А., ст. преподаватель.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

- 1) - на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО), утвержденного 07.05.2014 приказ №474, учебного плана базовой подготовки, основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ.
- 2) - в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ, утвержденным ректором 12.05.2020, год начала подготовки 2020.

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма

Протокол заседания кафедры №8 от 30.04.2020

Заведующий кафедрой



Белякова Е.Н., к.фил.н, доцент

подпись

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА ».....</b>	
1.1. Область применения программы.....	
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	
1.3. Цели и задачи дисциплины .....	
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины.....	
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	
2.3. Содержание разделов учебной дисциплины.....	
2.4. Перечень практических занятий по дисциплине.....	
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	
3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению.....	
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Технология продаж и продвижения турпродукта»**

## **1.1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10. Туризм (базовой подготовки).

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** Дисциплина входит в модуль «Предоставление турагентских услуг», который состоит из двух дисциплин: «Технология и продаж и продвижение турпродуктов» и «Технология и организация турагентской деятельности». Модуль изучается параллельно с модулем «Предоставление туроператорских услуг».

**1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

**Цель дисциплины:** С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **Задачи дисциплины:**

#### **иметь практический опыт:**

- выявления и анализа потребностей заказчика и подбора оптимального туристского продукта;
- проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентаций продукта
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению продукта 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 оптимальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранных языках их 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(договоры, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланков 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 потребителей;
- 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 тур.продуктов;
- 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

Содержание дисциплины ориентировано на овладение компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации

ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах
ПК1.3	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)
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимых для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использование информационно-коммуникативных технологий в проф. деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, брать на себя ответственность, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно выполнять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в проф. деятельности

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

- максимальной учебной нагрузки обучающегося 120 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часа;
- самостоятельной работы учащегося 28 часов, в том числе 12 консультации.

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>120</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>80</b>
в том числе:	
Теоретическое обучение (лекции)	40
Практическая работа (семинары)	40
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	
в том числе подготовка:	28
<i>К письменным контрольным работам</i>	14
<i>К практическим занятиям</i>	14
<i>Консультации</i>	12
<b><i>Итоговый контроль</i></b>	<b><i>Диффер. Зачет Другие формы контроля</i></b>

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины Технология продаж и продвижения турпродукта

### Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.	Максим. учебная нагрузка студента,	Объем часов						Уровень освоения
			Всего	Лекции	Лабораторные	Практические	Самостоятельная		
<b>Раздел 1</b>	<b>Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс</b>								
<b>Тема 1.1</b>	Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей			6		6	2		1
<b>Раздел 2</b>	<b>Этапы совершения покупки</b>								
<b>Тема 2.1</b>	Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг			4		4	2		2
<b>Тема 2.2</b>	Мотивация покупок			4		4	2		2
<b>Тема 2.3</b>	Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг			4		4	2		2
<b>Раздел 3</b>	<b>Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.</b>								

<b>Тема 3.1</b>	Этапы презентации товаров и услуг			4		4	4		1
<b>Раздел 4</b>	<b>Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг</b>								
<b>Тема 4.1</b>	Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов			4		4	4		2
<b>Тема 4.2</b>	Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг			4		4	4		1
<b>Раздел 5</b>	<b>Офисная технология - как основа технологии продаж</b>								
<b>Тема 5.1</b>	Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии			4		4	4		3
<b>Тема 5.2</b>	Технологическая документация сопровождения продаж			6		6	4		3
<b>Семестровый контроль Другие формы контроля</b>									
<b>Итоговый контроль Диффер. зачет</b>									
<b>Консультации</b>		<b>12</b>							
<b>Всего за семестр:</b>		<b>120</b>		<b>40</b>		<b>40</b>	<b>28</b>		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

## **Организация внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа по изучаемой дисциплине осуществляется в соответствии с тематическим планом.

Преподаватель осуществляет организацию самостоятельной работы в соответствии с Положением об организации внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся при реализации программ среднего профессионального образования.

При проведении аудиторных занятий в течение семестра преподаватель выдает задания для самостоятельной работы в соответствии с тематическим планом работы. Вопросы для подготовки к текущему контролю, контрольным работам, коллоквиумам, темы рефератов, докладов указаны в фонде оценочных средств по изучаемой дисциплине.

### **2.3. Содержание учебной дисциплины**

#### **1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс**

##### **1.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей.**

Определение понятия продажа. Типы и виды продаж; активные и пассивные; прямые и непрямые; личные и безличные; B2B и B2C продажи; конвейерные, двухактовые, коробочные и другие продажи. Отличительные характеристики продажи товаров и услуг. Реализация услуг туристской индустрии

##### **2. Этапы совершения покупки**

2.1. Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг

##### **2.2. Мотивация покупок. Воронка продаж.**

Психологические модели потребительских мотиваций. Функции участников каналов распределения. Управление потоками услуг-контрагентов

2.3. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг Существующие способы ведения продаж. Классическая и коучинговая модели.

Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг

#### **3. Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.**

##### **3.1. Этапы презентации товаров и услуг**

Свойства товара. Превращение свойства товара в выгоду покупателя. Особенности этапов продаж.

Продажи товара и услуг на российских и международных выставках. Особенности интернет-продаж, он-лайн бронирование. Ведение телефонных переговоров при продажах.

#### **4. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка**

## туристских услуг

4.1. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов.

Переговорный процесс. Публичная оферта. Составление договоров. Рассылка прайс-листов.

4.2. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг, определение понятия. Особенности франшизы услуг. Сложные технологии и длительные затраты при франшизах. Рынок франчайзинга в туризме.

### 5.Офисная технология - как основа технологии продаж

5.1. Основы психотехнологии продаж услуг в туристской индустрии. Организация каналов сбыта. Офисы турагентов. Основные психотехники продаж в туризме. Виды и типы клиентов. Офисная технология как основа технологии продаж услуг туристской индустрии. Законодательное и нормативно-правовое регулирование в организации продаж. Подготовка к продажам. Этапы совершения покупки. Требования к информационному обеспечению туристского продукта (услуги). Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Договор между туристом и туристской фирмой.

5.2.Технологическая документация сопровождения продаж.

Функция оплаты туристского продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.

## 2.4 ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Название практической работы (семинара)
1	Деловая игра на тему: «Трехэтапная презентация товара»
2	Задание. Описать алгоритм обслуживания клиента в офисе турагента
3	Творческое задание.: Составить сценарий продажи любого товара или услуги
4	Задание. Охарактеризовать туристский продукт и уровни услуг продукта
5	Задание Составить пример турпродукта на тему «Путешествие в Крым»
6	Деловая (ролевая) игра «Четыре стены»
7	Кейс-Задание . Работа отельного гида по продаже экскурсий
8	Задание . Телефонные переговоры с клиентами фирмы. Описание ситуации.
9	Задание. Подготовить «Холодный звонок в турагентство»

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Наличие специально оборудованной аудитории:

Лаборатория	Обеспечение (м/т):
-------------	--------------------

Для реализации профессионального модуля медиакоммуникаций и туризма располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ, практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Кафедра располагает 2 учебными кабинетами:

Лекционной аудиторией, оборудованной мультимедийным проектором В1. 43, и аудиторией для практических занятий В1-20.

На кафедре создана и функционирует лаборатория по туризму.

Оборудование лаборатории по туризму:

- ПЭВМ;
- Ноутбук
- сканер;
- копировальный аппарат Canon;
- факс;
- мультимедийный проектор (переносной);
- телевизор Samsung;
- видеомэгаффон Samsung;
- магнитола PANASONIK;
- видеокамера PANASONIK NV GS11;
- фотоаппарат Olimpus;
- фотоаппарат Nikon;
- диктофон;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации:

- комплект CD-дисков (ценовые приложения, информация по странам, дисциплинам специальности, реклама);

- рекламные проспекты, буклеты, профессиональные журналы (в том числе на иностранных языках);

- комплект фильмов;

- комплект материалов туристских выставок (в частности турпакеты различных турфирм по разным направлениям);

- комплект слайд-фильмов;

- комплект материалов курсового и дипломного проектирования;

- комплект наглядных пособий (портфели экскурсовода, тексты экскурсий, методические разработки, региональные и муниципальные программы).

#### **Лицензионное программное обеспечение:**

LibreOffice GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики, которые рекомендуется проводить концентрированно в несколько этапов.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения:**

#### **Основная литература:**

1	Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — (Высшее образование:	
---	--	--

	Бакалавриат). — <a href="http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=765602">http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=765602</a> <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/24346">www.dx.doi.org/10.12737/24346</a>	
2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9558-0480-4 <a href="http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=536346">http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=536346</a>	
3	Коноплев, Сергей Петрович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / Коноплев Сергей Петрович, В. С. Коноплева. - Москва : Инфра-М, 2010. - 304 с.: рис. - (Высш. образование). - УМО. - ОПД. - осн. - ISBN 978-5-16-003407-2 : 270.12. 25	25
4	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00. 9 Допущено УМО России	9

### Дополнительная литература:

1	Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006294-5, 500 экз. <a href="http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=369961">http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=369961</a>	
2	Ключников, А.В. Менеджмент туризма : учебник / А.В. Ключников ; Российская международная академия туризма. - Москва : , 2009. - 228 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9718-0372-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258142">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=258142</a>	
3	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие : допущено УМО / В. М. Кондрашов ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - М. : Вузовский учебник, 2007. - 279 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 130.00.	1

### Базы данных, Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

#### 1. Официальный портал «Ростуризм»

1.1. Сведения о туроператорах, содержащиеся в едином федеральном реестре туроператоров [Электронный ресурс] // Внутренний туризм. – Режим доступа : [http://www.turizm.ru/tourism\\_low/firms\\_reestr/6581](http://www.turizm.ru/tourism_low/firms_reestr/6581).

#### 2. справочная система «Консультант Плюс»

2.2. Распоряжение Правительства РФ от 17. 11. 2008 г. N 1662-р (ред. от 08. 08. 2009г.) О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_90601/?frame=1#p28](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90601/?frame=1#p28)

2.3. Постановление Правительства РФ от 02. 08. 2011г. N 644 (ред. от 18. 02. 2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_159508/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159508/)

2.4. Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4.10. 1996 г. –№ 132: в ред. Федерального закона от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ.

[Электронный ресурс] // Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru>

2.4. Об утверждении государственной программы «Развитие культуры и туризма Костромской области на 2014-2020 годы» (с изменениями на 30 октября 2017 года). [Электронный ресурс] //

Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460290926>

3. ГОСТ Р 50644 – 2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>
4. ГОСТ Р 50681 – 2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. [Электронный ресурс]// Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>
5. ГОСТ Р 54604 – 2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/120008321>
7. Тонкости туризма. [Электронный ресурс]//Тонкости туризма – Режим доступа: <https://tonkosti.ru/>
8. Туризм. [Электронный ресурс]//Туризм – Режим доступа: <http://www.turizm.ru/>
9. Турдом. [Электронный ресурс]//Турдом –Режим доступа: <https://www.tourdom.ru/>
10. Персональный гид туризма. [Электронный ресурс]//Персональный гид туризма? –Режим доступа: <https://www.personalguide.ru/>
11. Туринфо. [Электронный ресурс]//Туринфо – Режим доступа: <http://tourinfo.ru/>
12. Электронный помощник турагента. Тонкости продаж. [Электронный ресурс]//Тонкости.ру – Режим доступа: <https://pro.tonkosti.ru/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Университетская библиотека online».
3. ЭБС «Znanium».

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения учащимися индивидуальных заданий, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять и анализировать потребности заказчика;</li><li>- выбирать оптимальный туристский продукт;</li><li>- осуществлять поиск оптимальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранных языках их разных источников (печатных, электронных);</li><li>- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;</li><li>- взаимодействовать с потребителями и</li></ul>	<i><b>Текущий контроль:</b>( устный опрос; тестирование по вопросам темы; коллоквиум; контрольная работа по темам</i>

туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;

- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;

- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездах 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(договоры, заявки);

- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;

- принимать денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланков 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 потребителей;

- 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

<p>актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии использования базы данных;</li> <li>- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;</li> <li>- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и тур.продуктов;</li> <li>- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;</li> <li>- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;</li> <li>- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;</li> <li>- правила оформления деловой документации;</li> <li>- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;</li> <li>- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;</li> <li>- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;</li> <li>- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;</li> <li>- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию</li> </ul>	
<p><b>Итоговый контроль:</b></p>	<p><i>др. формы контроля (тестирование)</i></p>