

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Технологии продаж и продвижение турпродукта Б1.В.ОД.19

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Эйдельман Б.М.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Валеев Р. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений, истории и востоковедения (отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No 980349818

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Эйдельман Б.М. кафедра сервиса и туризма Институт управления, экономики и финансов , BMEjdelman@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины 'Технологии продаж и продвижение турпродукта' являются ознакомление студентов с принципами, функциональными задачами и стратегиями создания и продвижения турпродукта на туристской фирме, а также в обучении студентов принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий для продвижения турпродукта..

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.19 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 43.03.02 Туризм и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел ' Б1.В.ДВ.8 Дисциплины (модули)' основной образовательной программы 43.03.02 Туризм и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Дисциплина 'Технологии продаж и продвижения турпродукта' предназначена для студентов 3 курса (6 семестр), и относится к циклу БЗ.ДВЗ Профессиональный цикл, дисциплина по выбору

ООП ВПО 'Туризм' (бакалавриат) предусматривает изучение дисциплины 'Технологии и организация анимационной деятельности' в составе профессионального цикла, части 'дисциплины по выбору студента'.

Данный курс находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими учебными курсами как: , 'Маркетинговые технологии в туристской индустрии', 'Менеджмент в туристской индустрии', 'Инновации в туризме', а также с производственной практикой студентов.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, полученные обучающимися из предшествующих учебных курсов, таких как 'Виды и тенденции развития туризма'.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-3	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ок-4	способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, профессиональные и культурные различия
ОК-5 (общекультурные компетенции)	способностью к самоорганизации и самообразованию
ок-6	способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права
опк-3	способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание понятия туроперейтинг;
- функции и задачи туроператора;
- концепцию создания турпродукта;
- турпродукт и пакет услуг.

2. должен уметь:

- проектировать тур;
- проектировать программу обслуживания;
- подготавливать туроперейтинговую программу;
- заключать договора с поставщиками услуг.

3. должен владеть:

- способностью применять теоретические основы и инструментарий (методы), культурологического и музееведческого знания в исследованиях современной культуры и объектов культурного и природного наследия;
- готовностью применять современные методы исследований в ведущих направлениях туристской и экскурсоводческой деятельности;
- способностью выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ;
- способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей;
- способностью к профессиональной мобильности, критическому переосмыслению накопленного опыта, изменению при необходимости профиля профессиональной деятельности.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность применять теоретические основы и инструментарий (методы) культурологического и музееведческого знания в исследованиях современной культуры и объектов культурного и природного наследия; готовность применять современные методы исследований в ведущих направлениях туристской и экскурсоводческой деятельности; способность к социальному взаимодействию и профессиональному общению; готовность к коллективной работе в команде и организации работы малых коллективов исполнителей; способность к профессиональной мобильности: критическому переосмыслению накопленного опыта; изменению при необходимости профиля профессиональной деятельности; способность выполнять все виды работ, связанные с обеспечением туристских и экскурсионных программ

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);
54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Концепция создания туристского продукта	5	1-4	4	4	0	
2.	Тема 2. Туристский продукт и пакет услуг	5	5-8	5	5	0	
3.	Тема 3. Проектирование тура и программа обслуживания	5	9-12	5	5	0	
4.	Тема 4. Заключение договоров с поставщиками услуг	5	13-16	4	4	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Концепция создания туристского продукта

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Формирование привлекательного турпродукта. Концепция гостеприимства. Классы обслуживания: класс "люкс", первый класс, туристский класс, экономический класс. Постулаты туроперейтинга. Барьеры, препятствующие эффективной реализации туристических услуг и пути их преодоления в современных условиях.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Примерные вопросы: 1.Общее понятие р разработке концепции привлекательного турпродукта. 2.Классификация гостиничного хозяйства.. 3.Туроператоры и их классификация. 4.Классы обслуживания. 5.Постулаты туроперейтинга. 6.Функции туроператора. 7.Барьеры, препятствующие поездкам, жителей России за рубеж. 8 Концепция гостеприимства. 9.Анализ собственных возможностей. 10.Система стратегического управлемея в сфере

Тема 2. Туристский продукт и пакет услуг

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Понятие турпродукта и схема его разработки: изучение спроса, анализ собственных возможностей, спецификация спроса, разработка маршрутов, разработка состава услуг, заключение договоров с поставщиками услуг, расчет стоимости туров, реклама, реализация путевок, обслуживание туристов и его анализ, маркетинговое сопровождение и т.д. Туристский продукт и его виды.

практическое занятие (5 часа(ов)):

Примерные вопросы: 1.Общее понятие о туристском продукте и пакете услуг. 2.Виды туристских продуктов. 3.Цена туристских продуктов. 4.Схема разработки туристической программы. 5.Схема разработки тура.. 6.Заказной тур. 7 Инклюзив тур. 8.Инициативные туроператы. 9.Тур с сопровождением. 10.Тур без сопровождения.

Тема 3. Проектирование тура и программа обслуживания

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Требования к проектированию тура. Программа обслуживания и обязательные требования, предъявляемые к ней: соответствие назначению, точность и своевременность, комплексность, этичность, комфортность и т.д. Проектирования контроля качества в туроперейтинге. Уровень обслуживания. Постулаты туроперейтинга, которые должны быть реализованы при проектировании тура и программы обслуживания.

практическое занятие (5 часа(ов)):

Примерные вопросы к контрольной работе: 1.Требования к проектированию тура. 2.Программа обслуживания. 3.Проектирования контроля качества в туроперейтинге. 4.Уровень обслуживания. 5.Разработка состава услуг для турпакета. 6.Концепция тотального "качества обслуживания". 7.Рекомендуемые требования к турпакетам. 8.Проектирование контроля качества. 9.Технологии организации и проведения тура. 10.Оптимальная программа обслуживания.

Тема 4. Заключение договоров с поставщиками услуг

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Взаимоотношения с поставщиками услуг в туризме. Договорные отношения в туроперейтинге. Оформление документации при заключении договоров с поставщиками услуг в туроперейтинге. Требования к оформлению документации в Российской Федерации и за рубежом.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Примерные вопросы к контрольной работе: 1.Поставщики услуг в туроперейтинге. 2.Договорные отношения в иуроперейтинге. 3.Требования, предъявляемые при заключении договоров. 4.Оформление договоров в туроперейтинге. 5.Организация различных видов туров. 8. Конгрессный тур и его программа. 7.Сравнительные характеристики поставщиков услуг. 8.Организация деловых туров. 9.Организация паломнических (религиозных туров. 10.Организация культурно-познавательных туров. 11.Организация спортивных туров.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Концепция создания туристского продукта	5	1-4	Устный опрос	9	Подготовка к устному лпросу
2.	Тема 2. Туристский продукт и пакет услуг	5	5-8	Устный опрос	9	Подготовка к устному лпросу
3.	Тема 3. Проектирование тура и программа обслуживания	5	9-12	Контрольная работв	9	Подготовка к контрольной работе
4.	Тема 4. Заключение договоров с поставщиками услуг	5	13-16	Контрольная работв	9	Подготовка к контрольной работе
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение курса 'Технологии продаж и продвижение турпродукта' предполагает использование как традиционных, так и инновационных образовательных технологий.

Традиционные образовательные технологии подразумевают использование в учебном процессе таких методов работ, как лекция, лабораторное занятия, семинар и др.

В свою очередь формирование компетентностного подхода, комплексности знаний и умений, может быть реализована в курсе посредством использования активных форм проведения занятий, таких как деловые игры.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Концепция создания туристского продукта

Подготовка к устному лпросу, примерные вопросы:

Подготовка выступлений по следующим темам: 1.Турресурсы как основа формирования турпродукта. 2.Разработка маршрутов как основа составления туров. 3.Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг.Составление договорного плана тура. 4.Поставщики туристских услуг. Договоры с поставщиками услуг. 5.Документационное обеспечение турпродукта. 6.Ценообразование турпродукта.

Тема 2. Туристский продукт и пакет услуг

Подготовка к устному лпросу, примерные вопросы:

Подготовка выступлений по следующим темам: 1.Организация продажи туристского продукта. 2.Организация обслуживания туристов во время путешествия. 3.Схема разработки тура. 4.Требования к проектированию тура. 5. Программа обслуживания.

Тема 3. Проектирование тура и программа обслуживания

Подготовка к контрольной работе, примерные вопросы:

Подготовка к контрольной работе по следующим темам: 1.Формы и методы продвижения турпродукта. 2.Формирование сбытовой сети туроператора. 3.Концепция гостеприимства. 4 Барьеры, препятствующие эффективной реализации турпродукта. 5. Классы обслуживания.

Тема 4. Заключение договоров с поставщиками услуг

Подготовка к контрольной работе, примерные вопросы:

Подготовка к контрольной работе по следующим темам: 1.Схема разработки тура. 2.Заказной тур. 3. Инклюзив тур. 4. Деловой тур. 5. Проектирование контроля качества турпродукта. 6. Организация различных видов туров.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Турпакет, турпродукт, тур. Краткая характеристика.
2. Турпроектирование.
3. Турпланирование.
4. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
5. Разработка маршрутов как основа составления туров.
6. Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг.Составление договорного плана тура.
7. Поставщики туристских услуг. Договоры с поставщиками услуг.
8. Документационное обеспечение турпродукта.
9. Ценообразование турпродукта.
10. Формы и методы продвижения турпродукта.
11. Формирование сбытовой сети туроператора.
12. Организация продажи туристского продукта.
13. Организация обслуживания туристов во время путешествия.
14. Схема разработки тура.
15. Требования к проектированию тура.
16. Программа обслуживания.

- 17 Проектирование контроля качества турпродукта.
18. Организация различных видов туров.
19. Концепция гостеприимства.
- 20 Барьеры, препятствующие эффективной реализации турпродукта.
21. Классы обслуживания.
22. Турпакет и его виды.
23. Схема разработки тура.
24. Заказной тур.
25. Инклюзив тур.
26. Деловой тур.
27. Паломнический тур.
28. Спортивный тур.
29. Культурно-познавательный тур.
30. Постулаты туроперейтинга.

7.1. Основная литература:

- 1.Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 207 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль) (Переплёт) ISBN 978-5-98281-384-8, 200 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519133>
- 2.Егоров В. Н. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 1071 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=872844>
- 3.Шальнова О. А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 107 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-009345-1, 300 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=433622>

7.2. Дополнительная литература:

- 1.Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : учебник [Электронный ресурс] / Е.Н. Ильина. - М. : Финансы и статистика, 2008. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032488.html>
- 2.Ключников, А.В. Менеджмент туризма [Электронный ресурс] : учеб. ? Электрон. дан. ? Москва : Советский спорт, 2009. 227 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53242>. ? Загл. с экрана.
- 3.Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития: Моногр. / Карпова С.В., Касаев Б.С., Климов Д.В. - М.: Вузовский уч., НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=560601>
- 4.Матюхина Ю. А. Организация туристической индустрии: Учебное пособие / Ю.А. Матюхина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 304 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-241-4, 1500 <http://znanium.com/bookread.php?book=215588>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Виды экскурсионных туров - otherreferats.allbest.ru
Маркетинг в туризме - npark.ru?marketing-v-turizme.html
Маркетинг в туризме - b.ru?article/37489/marketing-v-turizme
Роль туроперейтинга в туризме - mirturizzmsite.info??tuopereytinga-v-turizme.html
Экскурсионные программы для туристских маршрутов - en.coolreferat.com?

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Технологии продаж и продвижение турпродукта" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Освоение дисциплины "Гостиничные сети" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Проектор, ноутбук

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.02 "Туризм" и профилю подготовки Международный туризм .

Автор(ы):

Эйдельман Б.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М. _____

"__" _____ 201__ г.