МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.
_____
"___"_____20___ г.

Программа дисциплины

Управление туристическим продуктом Б3.В.6

Направление подготовки: 100100.62 - Сервис
Профиль подготовки: Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):
Бердникова О.А. , Попов М.Л.
Рецензент(ы):
Разумовская Е.М.

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий(ая) кафедрой: Разумовская Е. М.
Протокол заседания кафедры No ___ от "____" _____ 201__г
Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):
Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No

Казань
2016

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) Бердникова О.А. , OABerdnikova@kpfu.ru ; доцент, к.н. Попов М.Л. кафедра менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов , Mikhail.Popov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения данной дисциплины является освоение теоретических основ управления туристическим продуктом, знакомство с методами управления , а также получение знаний в области управления туристическими организациями, как комплексом процессов от зарождения и разработки до реализации и эксплуатации достигнутых результатов.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.6 Профессиональный" основной образовательной программы 100100.62 Сервис и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная дисциплина относится к профессиональному циклу.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью владеть культурой мышления, целостной системой научных знаний об окружающем мире, ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры
ОК-7 (общекультурные компетенции)	владеть письменной и устной речью на русском языке, способен использовать профессионально ориентированную риторику, методами создания текстов, осуществлять социальное взаимодействие на одном из иностранных языков
ПК-7 (профессиональные компетенции)	готовностью внедрять и использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности
ПК-9 (профессиональные компетенции)	к обоснованию и разработке технологии процесса сервиса, выбору ресурсов и технических средств для его реализации

В результате освоения дисциплины студент:

знать:

- теоретические основы туристического менеджмента ;
- роль и место управления туристическим продуктом в структуре (системе) управления туристическим предприятием

уметь:

- разделять туристический продукты;

владеть навыками:

- планирования;
- организации;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 6 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. Рынок туристических услуг	6		2	4	0	
2.	Тема 2. Туристический продукт	6		4	8	0	
3.	Тема 3. Формирование, продвижение и реализация туристического продукта	6		2	4	0	
4.	Тема 4. Требования к качеству туристического продукта	6		4	8	0	
5.	Тема 5. Маркетинг туристического продукта.	6		2	4	0	
6.	Тема 6. Потребители туристического продукта	6		2	4	0	
7.	Тема 7. Этапы принятия решения о покупке туристического продукта	6		2	4	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	экзамен
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Рынок туристических услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Термины и понятия. Мировые тенденции туризма. Основные факторы, влияющие на развитие туризма. Показатели туристической деятельности. Типы и виды туризма. Туроператоры и турагенты.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Выберите вид туризма и в нем выявите несколько наиболее востребованных видов турпродукта. 2. Выберите дестинацию, которую вы знаете, выберите в ней три разных вида турпродукта и сформулируйте общую цель каждого из этих турпродуктов 3. Опросите своих знакомых, достаточно часто путешествующих в разные страны. Выясните, как часто на их взгляд класс обслуживания не соответствует качеству услуг. В каких странах это несоответствие проявляется более часто.

Тема 2. Туристический продукт

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Турпродукт: виды, уровни, стадии создания. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта. Классификация создаваемого турпродукта. Выбор исходного турпродукта. Выбор вида туризма и ценовой категории будущего турпродукта.

практическое занятие (8 часа(ов)):

1. На сайте одного из туроператоров выберите описания нескольких туров и изучив их, оцените, в какой степени эти турпродукты соответствует определению термина "турпродукт" 2. Предложите свой способ выявления исходного турпродукта в выбранном виде туризма

Тема 3. Формирование, продвижение и реализация туристического продукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации в свете вида турпродукта, выбранного к проектированию.Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта . Общий и частные турпродукты. Базовые турпродукты . Организационная и экономическая проработка проектируемого турпродукта . Выбор туроператором схемы работы в дестинации. Формирование спроектированного турпродукта. Подготовка к заключению договоров с поставщиками услуг. Формирование туров. Расчет цен туров с учетом сезонных колебаний спроса.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Выберите интересную с вашей точки зрения дестинацию, соберите информацию о ее ресурсах и выявите отдельно туристские ресурсы и туристские объекты. 2. Выберите конкретную целевую группу, например, родители с детьми, покупающую турпродукты в ценовой категории от 50.000 руб/чел до 100.000 руб/чел и желающую отдохнуть в выбранной вами дестинации. Найдите по туристской рекламе средства размещения, наиболее соответствующие этой целевой группе.

Тема 4. Требования к качеству туристического продукта

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Уточнение вида проектируемого турпродукта и его целей. Выявление структуры общего уточненного турпродукта . Выявление свойств и целей частных турпродуктов . Идеальный турпродукт. Оптимальный турпродукт. Структура проектируемого турпродукта .Условия создания оптимального турпродукта.

практическое занятие (8 часа(ов)):

1. Вы туроператор. Приведите какие-либо сильные свойства потенциального конкурента,кроме описанных в предыдущем разделе, - и придумайте, как можно скомпенсировать отсутствие у себя этих свойств. 2. Возьмите с сайта какого-либо туроператора или в самой турфирме детальное описание одного из туров заинтересовавшего вас турпродукта и проанализируйте его на соответствие выявленным в данном разделе свойствам оптимального турпродукта 3. Найдите интернет-форум по выбранному турпродукту и сопоставьте отзывы туристов о турпродукте с результатами своего анализа

Тема 5. Маркетинг туристического продукта.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Комплексный маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта. Исходные данные турпродукта, выбранного к проектированию. Маркетинговые исследования. Доработка спроектированного тур продукта. Реклама. PR. Виды, эффективность.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Приведите примеры доступных вам для использования на практике способов оценки величины спроса на тот или иной турпродукт. 2. Выберите 3 - 4 вида турпродукта, относящиеся к разным видам туризма, и, используя один из придуманных способов, оцените величины спроса на каждый вид турпродукта.

Тема 6. Потребители туристического продукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Анализ целевой аудитории турпродукта. Виды путешествующих. Сегментация. Параметры. Жизненный цикл продукта. Бостноская матрица продуктов. Выводы и результаты анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Выявив один из исходных турпродуктов, определиВыберите дестинацию, которую вы знаете, выберите в ней три разных вида турпродукта и сформулируйте общую цель каждого из этих турпродуктовте характеристики целевой группы по этому продукту (возрастные, социальные, финансовые). 2. Выберите какой-либо турпродукт и найдите его подробное описание. Выявите все туристские потребности. Определите класс обслуживания для каждой из следующих целевых групп: школьники ; сотрудники среднего звена в крупных российских компаниях; топ менеджеры крупных компаний 3. Продумайте и опишите, как можно выявить оптимальный для туроператора набор приоритетных потребностей целевой группы, которые надо удовлетворять как можно полнее. 4. Раскройте суть каждого принципа отбора базовых услуг и турпродуктов для каждого из следующих видов туризма: - деловой; - экологический; спортивный.

Тема 7. Этапы принятия решения о покупке туристического продукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Проверка свойств созданного турпродукта . Каталог туров . Стандартный набор документов . Доработка и модернизация турпродукта . Послепродажное обслуживание

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Назовите факторы, способные повлиять на цены товаров и услуг 2. Выявите влияющие на цены товаров и услуг факторы, подчиняющиеся каким-либо закономерностям, выявите эти закономерности и, задавшись определенной ценой данной услуги, рассчитайте ее изменение в течение года с учетом всех этих факторов 3.Возьмите на любой выставке по туризму несколько каталогов туроператоров и проанализируйте качество составления каждого каталога, удобство пользования им, информативность и привлекательность приведенных описаний

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. Рынок туристических услуг	6		работа с литературой	6	устный опрос
2.	Тема 2. Туристический продукт	6		работа с литературой	12	устный опрос, письменная работа
3.	Тема 3. Формирование, продвижение и реализация туристического продукта	6		работа с литературой	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Требования к качеству туристического продукта	6		интернет-анализ	12	письменная работа
5.	Тема 5. Маркетинг туристического продукта.	6		интернет-анализ	6	устный опрос
6.	Тема 6. Потребители туристического продукта	6		работа с литературой	6	устный опрос
7.	Тема 7. Этапы принятия решения о покупке туристического продукта	6		работа с литературой	6	устный опрос
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

разбор конкретных ситуаций и примеров

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

Тема 1. Рынок туристических услуг

устный опрос, примерные вопросы:

1. Чем туруслуги качественно отличаются от потребительских услуг? 2. Почему какая-либо бытовая потребность может быть удовлетворена одной потребительской услугой, а туристская потребность требует целого комплекса услуг? 3. Почему созданием турпродукта занимаются не поставщики туруслуг, а специальные фирмы ? туроператоры? 4. Почему туруслуга начинает существовать только в момент ее предоставления потребителю?

Тема 2. Туристический продукт

устный опрос, письменная работа, примерные вопросы:

1. Почему определенная услуга в данном виде турпродукта называется базовой, а также турообразующей? 2. Почему товарная форма турпродукта ? тур как правило содержит минимальное число услуг ? 3. Чем определяется решение потребителя купить данный турпакет: составом турпакета или составом турпродукта? 4. Зачем вводится классификация турпродуктов? 5. По каким признакам можно классифицировать существующие виды турпродуктов?

Тема 3. Формирование, продвижение и реализация туристического продукта

устный опрос, примерные вопросы:

1. На какие этапы можно разделить процесс создания турпродукта. В чем качественное отличие отдельных этапов? 2. Что такое тур. Что такое турпакет. Чем они качественно отличаются друг от друга? 3. Что отличает технологию создания заказного тура, пакетного тура и компромиссного тура? 4. Что может лежать в основе деления турпродуктов на группы? 5. Какие разновидности создаваемых турпродуктов вы знаете?

Тема 4. Требования к качеству туристического продукта

письменная работа, примерные вопросы:

1. Может ли турист оценить качество предлагаемых туруслуг, сидя в турфирме. Если нет, то почему? 2. Почему туруслуги не обладают сохраняемостью во времени. Как это свойство туруслуг отражается на работе туроператора? 3. Почему многие туроператоры для создания своего турпродукта используют продукт, созданный другими туроператорами 4. Зачем туроператору нужна подробная информация о потенциальных конкурентах. Информация о каких качествах и свойствах конкурента особенно важна туроператору 5. Что такое ?класс обслуживания? туристов? Как качество материальной составляющей любой услуги должно соотноситься с качеством обслуживания? 6. Какие задачи должен решить туроператор, не копирующий исходный турпродукт, а создающий свой? 7. Что дает туроператору четкая формулировка исходных данных турпродукта, принятого к проектированию? 8. Как общая цель будущего турпродукта связана с общей целью исходного?

Тема 5. Маркетинг туристического продукта.

устный опрос, примерные вопросы:

1.В чем смысл систематизации предлагаемых потребителю туров в виде каталога? 2.Какие формы информационного обеспечения потребителя вам кажутся наиболее эффективными и почему?

Тема 6. Потребители туристического продукта

устный опрос, примерные вопросы:

1. Зачем оператор изучает потребности людей, покупающих исходный турпродукт 2. Что дает туроператору выявление возрастных, социальных, экономических и иных характеристик целевой группы 3. Чем определяется состав идеального для выбранной целевой группы турпродукта? 4. Действие каких факторов мешает созданию идеального с точки зрения потребителей турпродукта? 5. Что является критерием достаточной привлекательности данного турпродукта с точки зрения туроператора? 6. Какие потребности туристов должны безоговорочно удовлетворяться любым турпродутом?

Тема 7. Этапы принятия решения о покупке туристического продукта

устный опрос, примерные вопросы:

1. Что такое уточнение выбранного вида турпродукта? По каким причинам оно просходит /Назовите несколько причин возможного уточнения/ 2. Что такое цель турпродукта с точки зрения потребителя? 3. В чем для туроператора достоинства и недостатки существования базовых турпродуктов? 4. На чем должна основываться формулировка туроператором целей проектируемого турпродукта? 5. Зачем туроператору необходимо выявлять свойства базовых турпродуктов? 6. Что такое базовые туруслуги? 7. Для чего туроператору необходимо максимально четко и конкретно формулировать частные цели проектируемого турпродукта? 8. Какие факторы оказывают влияние на формулировку туроператором цели создаваемого турпродукта?

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Определение туризма, туриста, туристического продукта.
2. Мировые тенденции туризма.
3. Типы и виды туризма.
4. Имидж туристской фирмы.
5. Туроператоры и турагенты.
6. Основные факторы, влияющие на развитие туризма.
7. Базовые и дополнительные услуги туристского продукта.
8. Виды рекламы в туризме.
9. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта.
10. Маркетинг туристской услуги.
11. Классификация туристских продуктов.
12. Формирование туристского продукта. Основные этапы.
13. Цель туристского продукта, потребности туристов.

14. Общие характеристики и параметры будущего турпродукта.
15. Ресурсы туристической дестинации.
16. Методы продвижения туристского продукта.
17. Показатели развития туристической отрасли.
18. Основы экскурсионной деятельности.

7.1. Основная литература:

Гаврилова С.В., Томская А.Г., Дмитриев А.В. Организация туристического и гостиничного бизнеса : учебно-методический комплекс. Евразийский открытый институт. 2011, Москва. 357с. ISBN: 978-5-374-00274-4. http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6454

Вакуленко Р.Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова. - М.: Университетская книга; Логос, 2008. - 320 с. - (Новая университетская библиотека). ISBN 978-5-98704-272-7. ЭБС "БиблиоРоссика" http://www.bibliorossica.com

Покровский Н.Е.Туризм: от социальной теории к практике управления: учебник /Н.Е. Покровский, Т.И. Черняева. ? 2-е изд., испр. и доп. ? М.:Университетская книга; Логос, 2009. ? 424 с. ISBN 978-5-98704-449-0 ЭБС "БиблиоРоссика" http://www.bibliorossica.com

Исаев Р. А.Основы менеджмента : учебник. Издатель: Дашков и К-.2013, Москва. Страниц: 265. ISBN: 978-5-394-01983-8 http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7739

7.2. Дополнительная литература:

1. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
2. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник. Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник. Издательство: Финансы и статистика, 2008.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: Учебник. Издательство: Финансы и статистика, 2008.
5. Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: Учебное пособие. Издательство: Сибирское университетское издательство, 2001.

7.3. Интернет-ресурсы:

туристический портал - http://all-hotels.ru/
туристический портал - TURIZM.RU
туристический портал - www.TravelsPortal.ru
туристический портал - www.Forum-KazTur.ru
туристический портал - http://all-hotels.ru/
туристический портал - TURIZM.RU
туристический портал - www.TravelsPortal.ru
туристический портал - www.Forum-KazTur.ru
электронная библиотека - http://www.bibliorossica.com/

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Управление туристическим продуктом" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе " БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС " БиблиоРоссика " представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

учебная аудитория

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 100100.62 "Сервис" и профилю подготовки Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства .

Автор(ы):
Попов М.Л. _____
Бердникова О.А. _____
"__" _____ 201 __ г.

Рецензент(ы):
Разумовская Е.М. _____
"__" _____ 201 __ г.