

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебной работе и
международной деятельности

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МОДУЛИ)

**МДК.03.01 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ
ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

Код, профессия: 43.02.16 Туризм

Форма контроля в семестре,	Экзамен / 3
в том числе курсовая работа (курсовой проект)	Курсовая работа / 3

Квалификация: Специалист по туризму
Форма обучения: Очная
Общая трудоемкость (час): 142

Программу составил (а):
Меньков С.В., старший преподаватель кафедры историко-культурного наследия и туризма

Программа принята:
на заседании кафедры историко-культурного наследия и туризма
от «15» декабря 2021 г., протокол № 5

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Область применения программы. Программа междисциплинарного курса является частью ППССЗ 43.02.10 Туризм и входит в состав профессионального учебного цикла дисциплин.

1.2. Цель и задачи междисциплинарного курса:

Цель: подготовить специалиста, осознающего, что степень экономической эффективности туристского предприятия зависит от процессов предпродажной подготовки, исследования рынков сбыта, системы распределения туристского продукта и прочих составляющих изучаемой междисциплинарного курса.

Задачи:

- ознакомить студентов с задачами и условиями осуществления туроператорской деятельности;
- сформировать способности студентов осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продвижение и реализацию туристского продукта;
- изучить методы и приемы организации работы исполнителей для решения профессиональных задач, в частности формирования туристского продукта.

1.3. Содержание междисциплинарного курса направлено на формирование следующих общих и профессиональных компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. 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, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

	ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4	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.

1.4. Планируемые результаты освоения междисциплинарного курса:

Индекс компетенции	В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:
ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9 ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4	уметь осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; обрабатывать информацию и анализировать результаты; налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; работать с информационными и справочными материалами; составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; составлять турпакеты с использованием иностранного языка; оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; оформлять страховые полисы; вести документооборот с использованием информационных технологий; анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами; использовать каталоги и ценовые приложения; консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; работать с заявками на бронирование туруслуг; предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках
ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9 ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4	знать виды рекламного продукта; правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; способы обработки статистических данных; методы работы с базами данных; методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; планирование программ турпоездок; основные правила и методику составления программ туров; правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; способы устранения проблем, возникающих во время тура; методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

	правила бронирования туров; услуг; методику организации рекламных туров; правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; технику проведения рекламной кампании; методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; техники эффективного делового общения, протокол и этикет; специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.
--	--

1.5. Место междисциплинарного курса в структуре ОПОП

1.5.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Основы туристской подготовки

Организация туристской индустрии

Технология и организация турагентской деятельности

Маркетинговые технологии в туризме

1.5.2. Междисциплинарные курсы и профессиональные модули, для которых освоение данной междисциплинарного курса необходимо как предшествующее:

Государственная итоговая аттестация

Производственная практика (преддипломная)

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1. Объем междисциплинарного курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестр, объем в часах
	3 семестр
Общая трудоемкость междисциплинарного курса	142
Обязательная учебные занятия	100
в том числе:	
лекции	40
практические занятия	40

курсовая работа	20
Самостоятельная работа	41
Консультации	1
Всего	142

2.2. Тематических план и объем в часах видов учебной работы:

№ п/п	Наименование разделов и тем	Вид занятия и объем в часах		
		Аудиторная учебная работа		Сам. работа
		лекции	практические	
3 семестр				
1.	Раздел «Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности»			
1.1.	Тема «Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации»	4	4	4
1.2.	Тема «Условия осуществления туроператорской деятельности»	4	4	4
1.3	Тема «Виды и специфика деятельности туроператорских компаний»	4	4	4
2.	Раздел «Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта»			
2.1.	Тема «Методы исследования туристского рынка»	4	4	4
2.2.	Тема «Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта»	4	4	4
2.3.	Тема «Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг»	4	4	4
3.	Раздел «Продвижение и реализация турпродукта»			
3.1.	Тема «Основные формы и методы продвижения турпродукта»	4	4	4
3.2.	Тема «Формирование сбытовой Сети»	4	4	4
3.3.	Тема «Особенности реализации турпродукта»	4	4	4
3.4.	Тема «Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта»	4	4	5

Всего	40	40	41
-------	----	----	----

2.3. Содержание междисциплинарного курса:

Раздел 1. «Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности»

Тема 1.1. «Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации» : Туристский

рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Стратегия развития туризма до 2035 года. Государственный надзор в сфере туристской деятельности. ГОСТы в туризме. Закон «Об основах туристской деятельности в РФ».

Тема 1.2. «Условия осуществления туроператорской деятельности» : Закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Единый федеральный реестр туроператоров. Объединения туроператоров в сфере выездного туризма. Требования к предоставляемому финансовому обеспечению ответственности туроператора. Договор страхования ответственности туроператора.

Тема 1.3. «Виды и специфика деятельности туроператорских компаний» : Особенности выездного, въездного и внутреннего туроперейтинга. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Сегментирование туристского рынка (географический, экономический принципы, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристских предпочтений). Туроператоры массового рынка. Специализированные туроператоры. Рецептивные и инициативные туроператоры. Схемы сотрудничества. Рабочие циклы в деятельности туроператоров

Раздел 2 «Туристский рынок и особенности формирования туристского продукта»

Тема 2.1. «Методы исследования туристского рынка» : Особенности выездного, въездного и внутреннего туроперейтинга. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Сегментирование туристского рынка (географический, экономический принципы, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристских предпочтений). Туроператоры массового рынка. Специализированные туроператоры. Рецептивные и инициативные туроператоры. Схемы сотрудничества. Рабочие циклы в деятельности туроператоров.

Тема 2.2. «Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта» : Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания. Туристская услуга. Базовая услуга. Компоненты туристского продукта. Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары. Свойства и особенности турпродукта. Товарная форма турпродукта. Виды турпродукта.

Тема 2.3. «Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг» : Критерии оценки потенциальных партнеров по предоставлению туристских услуг. Формы сотрудничества: прямая организация туров, опосредованная организация туров. Технология организации транспортного обеспечения. Технология организации услуг размещения и питания. Требования к отелям, классификация отелей.

Раздел 3 «Продвижение и реализация турпродукта»

Тема 3.1. «Основные формы и методы продвижения турпродукта» : Продвижение турпродукта. Процесс планирования продвижения турпродукта: определение целей, существующих рынков, групп потребителей, торговых посредников и других групп, на которых ориентирована деятельность по продвижению. Определение бюджета. Методы и инструменты продвижения, выбор оптимальных online и offline инструментов продвижения. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения турпродукта.

Тема 3.2. «Формирование сбытовой Сети» : Подбор партнеров по сбыту. Принципы формирования сбытовой сети туроператоров. Уполномоченные агентства, франчайзинговые агентства. Условия сотрудничества туроператоров и турагентств. Бонусные и другие программы лояльности. Агентское соглашение: актуальные требования.

Тема 3.3. «Особенности реализации турпродукта» : Основные формы реализации туристского продукта. Прямые туроператорские продажи – on-line канал. Продажи пакетных туров через онлайн-агрегаторов. Документальное оформление правоотношений. Документы для заказа (заявка, лист бронирования, подтверждение бронирования). Электронная путевка.

Тема 3.4 «Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта» : Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и реализации турпродуктов. Разработка мультимедийных приложений для объектов показа, использование QR-кодов для формирования запросов. Внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.

2.4. Примерная тематика курсовых работ (проектов):

1. Формирование и продвижение экологического турпродукта во внутреннем туризме на примере Алтайского края.
2. Формирование и продвижение спортивного турпродукта на примере Алтайского края.
3. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта во внутреннем туризме на примере Республики Алтай.
4. Формирование и продвижение молодежного турпродукта во внутреннем туризме Российской Федерации.
5. Формирование и продвижение событийного турпродукта во въездном туризме Российской Федерации.
6. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Санкт-Петербурга.
7. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта на примере Алтайского края.
8. Формирование и продвижение сельского турпродукта во внутреннем туризме на примере Алтайского края.
9. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.
10. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта во внутреннем туризме на примере Краснодарского края.
11. Формирование и продвижение культурно-познавательного турпродукта во внутреннем туризме на примере города Москва.
12. Формирование и продвижение культурно-познавательного турпродукта с использованием исторических реконструкций во внутреннем туризме на примере Санкт-Петербурга.
13. Формирование и продвижение военно-патриотического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.
14. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Алтайского края.
15. Формирование и продвижение делового турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.
16. Формирование и продвижение образовательного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.
17. Формирование и продвижение приключенческого турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.
18. Формирование и продвижение экстремального турпродукта во внутреннем туризме на примере Республики Алтай.

19. Формирование и продвижение религиозного турпродукта во внутреннем туризме Российской Федерации.

20. Формирование и продвижение круизного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

3.1.1. Наличие учебного кабинета

Занятия по междисциплинарному курсу проводятся в кабинете «Турагентской и туроператорской деятельности» и в учебной (тренинговой) фирме по предоставлению туристских услуг (турфирма)

3.1.2. Оборудование кабинета включает: рабочее место преподавателя, места для обучающихся (парты и стулья), трибуна для выступлений, учебная доска, мультимедийное оборудование. Кабинет турагентской и туроператорской деятельности обеспечен подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Практические занятия по междисциплинарному курсу реализуются в учебной (тренинговой) фирме по предоставлению туристских услуг (турфирме). Оборудование учебной (тренинговой) фирмы включает: рабочее место преподавателя, места для обучающихся (парты и стулья), маркерная доска, мультимедийное оборудование, 12 ноутбуков в комплекте с наушниками, шкаф для хранения методических материалов. Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирме) обеспечена подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Самостоятельная работа может осуществляться в читальных залах библиотеки кабинеты № 105 и № 200а, в том числе в читальном зале с фондами открытого доступа. Читальные залы оснащены мебелью для работы и компьютерами (в том числе со специальным программным обеспечением и компьютерной периферией для лиц с ОВЗ), в них организован доступ к информационным образовательным ресурсам, информационно-образовательной среде Университета, фонду медиатеки. В читальных залах имеется беспроводной доступ в Интернет Wi-Fi.

3.1.3. Перечень программного обеспечения:

Пакет Microsoft Office.

Пакет LibreOffice.

Пакет OpenOffice.org.

Операционная система семейства Windows.

Операционная система Linux.

Интернет браузер.

Программа для просмотра электронных документов формата pdf, djvu.

Медиа проигрыватель.

Программа 7zip.

Пакет Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows.

Редактор изображений Gimp.

САМО-турагент

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основная литература:

1. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / Н. Ю. Веселова, Н. В. Иванова, Л. Л. Руденко и др. — Саратов: Профобразование, 2018. — 54 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74500.html>.

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Глоссарий профессиональных терминов по тематике туризма, гостиничного хозяйства и общественного питания / под общ. ред. М. В. Арифиллина, Ю. С. Путрика. — Москва: Московский гуманитарный университет, 2017. — 92 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74716.html>.

2. Захарова, Н. А. Нормативно-правовые основы туристской и гостиничной деятельности: учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 183 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93540.html>.

3. Захарова, Н. А. Основы страхования и статистического учета в туризме: учебное пособие [для СПО] / Н. А. Захарова. — Саратов: Профобразование; Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 212 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93546.html>.

4. Захарова, Н. А. Соблюдение туристских формальностей: учебное пособие [для СПО] / Н. А. Захарова. — Саратов: Профобразование; Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 219 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93548.html>.

3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс].

URL: <http://www.consultant.ru>.

Федеральное агентство по туризму РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russiatourism.ru>.

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (Приложение 1)