

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)**

И.о. ректора Н.В. Гусельникова



Дополнительная профессиональная программа

повышения квалификации

«Менеджер по продаже турпродукта»

Горно-Алтайск
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

- 1.1 Дополнительная профессиональная программа *повышения квалификации*, реализуемая вузом в рамках направления подготовки 43.03.02 «Туризм».
- 1.2 Нормативные документы для разработки ДПП
- 1.3 Общая характеристика ДПП
 - 1.3.1 Цель ДПП
 - 1.3.2 Срок освоения ДПП
 - 1.3.3 Трудоемкость ДПП
 - 1.3.4 Форма реализации ДПП
- 1.4 Планируемые результаты обучения и требования к слушателю
 - 1.4.1 Планируемые результаты обучения
 - 1.4.2 Требования к слушателям

2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ДПП

- 2.1 Календарный учебный график и сводные данные по бюджету времени
- 2.2 Учебный план
- 2.3 Учебно-тематический план
- 2.4 Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)
 - 2.4.1 Рабочая программа учебного модуля 1
 - 2.4.2 Рабочая программа учебного модуля 2
 - 2.4.3 Рабочая программа учебного модуля 3
 - 2.4.4 Рабочая программа учебного модуля 4
- 2.5 Программы практик

3. Организационно-педагогические условия

- 3.1 Кадровые условия
- 3.2 Материально-технические условия

4. Оценочные материалы по итоговой аттестации

1. Общие положения

1.1 Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Менеджер по продаже турпродукта», реализуемая Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет» (далее ФГБОУ ВО ГАГУ) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную образовательной организацией высшего образования с учетом требований рынка труда (профстандартов) на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО) 43.03.02 «Туризм».

ДПП регламентирует цели, планируемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателей и включает в себя: календарный учебный график, учебный план, рабочую программу учебного курса, организационно-педагогические условия, оценочные материалы и иные компоненты.

Структурное подразделение, реализующее ДПП: кафедра экономики, туризма и прикладной информатики Горно-Алтайского государственного университета

Руководитель программы: Куттубаева Т.А., к.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики, туризма и прикладной информатики, руководитель Центра развития туризма и гостеприимства.

1.2 Нормативные документы для разработки ДПП повышения квалификации «Менеджер по продаже турпродукта»

Нормативную правовую базу разработки ДПП составляют:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с последними изменениями и дополнениями);

2. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499;

3. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» высшего образования (ВО), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «30» марта 2015 г. № 321;

4. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 № 220н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 02.04.2012 № 23681).

5. Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

6. Устав ФГБОУ ВО ГАГУ.

1.3 Общая характеристика ДПП повышения квалификации «Менеджер по продаже турпродукта»

1.3.1 Цель ДПП - формирование компетенций в области совершенствования навыков продвижения, разработки и проектирования туристского продукта, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, необходимых для выполнения трудовых функций менеджера по продаже турпродукта.

1.3.2 Срок освоения ДПП – 2 недели; 3 недели.

1.3.3 Трудоемкость ДПП – 72 часа.

1.3.4 Форма реализации ДПП - очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий.

1.4 Планируемые результаты обучения и требования к слушателю

1.4.1 Планируемые результаты обучения

В результате обучения выпускник программы будет способен:

- сформировать конкурентоспособный турпродукт на базе туристско-рекреационного потенциала Республики Алтай с учётом запросов потребителя;
- использовать современные информационные технологии для продвижения туристского продукта;
- заинтересовать потенциального потребителя и составить для него презентацию и детальную программу обслуживания.

Программа повышения квалификации обеспечивает формирование у слушателей следующих компетенций в соответствии с требованиями *Раздела «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 № 220н (должности Менеджер по бронированию и продаже и Менеджер по формированию турпродукта):*

ПК-1 – способность разрабатывать новые турпродукты на основе изучения запросов, интересов туристов.

ПК-2 – способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию и обработку информации об туристских ресурсах, туристских объектах и другой информации, необходимой для разработки турпродукта и программы его продвижения.

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта;

ПК-4 – способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов.

ПК-5 – способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов.

В результате освоения программы повышения квалификации слушатель должен:

Знать:

- личные и профессиональные компетенции менеджера по продаже турпродукта;
- методы и технологии формирования туристского продукта;
- туристские ресурсы Республики Алтай (РА) и их использование при формировании туристского продукта;
- методы и технологии продаж и продвижения туристского продукта;
- методы ценообразования туристских продуктов и услуг;

Уметь:

- определять необходимую информацию для разработки турпродукта и программы его продвижения;
- разработать туристский продукт и программу его продвижения;
- правильно и эффективно продать турпродукт.

Владеть:

- технологиями и методами разработки, продаж и продвижения турпродукта;
- навыками эффективной продажи турпродукта.

1.4.2 Требования к слушателям

Программа обучения предназначена для лиц, имеющих высшее и среднее профессиональное образование.

2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ДПП «Менеджер по продаже турпродукта»

2.1 Календарный учебный график

2.1.1 Календарный учебный график для граждан, являющихся безработными

№ п/п	Наименование модуля	1 неделя		2 неделя		
		К	СР	К	СР	ИА
1	Модуль 1. Формирование клиенториентированного туристского продукта	12	6	-	-	-
2	Модуль 2 Методы и технологии продаж туристского продукта	16	6	-	-	-
3	Модуль 3 Методы и способы продвижения туристского продукта			6	4	-
4	Модуль 4 Практикум «Разработка туристского продукта и программы его продвижения»		4	6	4	-
5	Итоговая аттестация (защита проекта формирования и продвижения туристского продукта или услуги)	-	-		4	4
6	Всего	28	16	12	12	4

ИА - итоговая аттестация, К – контактная работа, СР – самостоятельная работа

2.1.2 Календарный учебный график для иных категорий граждан (работающих или занятых, а также для смешанных групп)

№ п/п	Наименование модулей	1 неделя		2 неделя		3 неделя		
		А	СР	А	СР	А	СР	ИА
1	Модуль 1. Формирование клиенториентированного туристского продукта	12	4		2			
2	Модуль 2 Методы и технологии продаж туристского продукта	4	4	12	2			
3	Модуль 3 Методы и способы продвижения туристского продукта			4	4		2	
4	Модуль 4 Практикум «Разработка туристского продукта и программы его продвижения»					6	8	
5	Итоговая аттестация (защита проекта формирования и продвижения туристского продукта или услуги)					4		4
6	Всего часов	16	8	16	8	10	10	4

2.2 Учебный план

Учебный план программы повышения квалификации представлен в Приложении 1.

2.3 Учебно-тематический план

Наименование модуля и тем	Всего часов	Из них				Форма контроля
		Аудиторная работа			СРС	
		Всего ауд. часов.	Лекции	Практические занятия		
Модуль 1. Формирование клиенториентированного туристского продукта	18	12	4	8	6	Выполнение практического задания
Тема 1.1 Методы и технологии формирования туристского продукта	8	6	2	4	2	Выполнение практического задания
Тема 1.2 Туристские ресурсы Республики Алтай (РА) и их	6	4	2	2	2	Выполнение практического

использование при формировании туристского продукта						задания
Тема 1.3 Методы формирования цены на туристский продукт	4	2	-	2	2	Выполнение практического задания
Модуль 2 Методы и технологии продаж туристского продукта	22	16	6	10	6	Выполнение практического задания
Тема 2.1 Техники и технологии продаж турпродукта Тренинг	8	6	2	4	2	Выполнение практического задания
Тема 2.2 Дистанционные технологии в продажах туристского продукта Тренинг	6	4	2	2	2	Выполнение практического задания
Тема 2.3 Менеджер по продаже турпродукта: личные и профессиональные компетенции Тренинг	8	6	2	4	2	Выполнение практического задания
Модуль 3 Методы и способы продвижения туристского продукта	10	6	2	4	4	Выполнение практического задания
Тема 3.1 Реклама как инструмент продвижения туристского продукта	5	3	1	2	2	Выполнение практического задания
Тема 3.2 Современные информационные технологии продвижения туристского продукта	5	3	1	2	2	Выполнение практического задания
Модуль 4 Практикум «Разработка туристского продукта и программы его продвижения»	14	6	-	6	8	Выполнение практического задания
Тема 4.1 Разработка туристского продукта	8	4	-	4	4	Выполнение практического задания
Тема 4.2 Разработка программы продвижения туристского продукта	6	2	-	2	4	Выполнение практического задания
Итоговая аттестация (защита проекта формирования и продвижения туристского продукта или услуги)	8	4		4	4	Защита проекта
Всего часов	72	44	12	32	28	

2.4 Рабочие программы учебных модулей

2.4.1 Рабочая программа учебного модуля 1

Модуль 1. Формирование клиенториентированного туристского продукта

Цели и задачи учебного модуля 1

Цель: формирование компетенций в области совершенствования навыков разработки и проектирования туристского продукта, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, необходимых для выполнения трудовых функций менеджера по продаже турпродукта.

Задачи:

- ознакомление слушателей с методами и технологиями разработки турпродукта;

- изучение и приобретение практических навыков разработки турпродукта.

Требования к уровню освоения содержания учебного модуля:

Учебный модуль обеспечивает формирование у слушателей следующих компетенций:

ПК-1 – способность разрабатывать новые турпродукты на основе изучения запросов, интересов туристов.

ПК-2 – способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию и обработку информации об туристских ресурсах, туристских объектах и другой информации, необходимой для разработки турпродукта и программы его продвижения.

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта.

В результате изучения модуля слушатель должен:

Знать:

- методы и технологии формирования туристского продукта;
- туристские ресурсы Республики Алтай (РА) и их использование при формировании туристского продукта;
- методы ценообразования туристских продуктов и услуг.

Уметь:

- определять необходимую информацию для разработки турпродукта и программы его продвижения;
- разработать туристский продукт.

Владеть:

- технологиями и методами разработки турпродукта.

Содержание учебного модуля

Тема 1.1 Методы и технологии формирования туристского продукта

Изучение и анализ рынка туристских услуг. Методы изучения рынка туристских услуг. Анализ конкурентной среды на рынке туристских услуг. Методы и способы сегментации рынка туристских услуг. Разработка портрета современного туриста как основа клиентоориентированности туристского продукта. Выбор целевого рынка и разработка стратегии маркетинга. Характеристики клиентоориентированного туристского продукта. Методы и способы разработки клиентоориентированного туристского продукта. Позиционирование на рынке туристских услуг. Методы продления жизненного цикла турпродукта. Требования к туристским организациям (туроператорам) по обеспечению безопасности туристов.

Тема 1.2 Туристские ресурсы Республики Алтай (РА) и их использование при формировании туристского продукта

Туристские ресурсы территории: структура, подход к определению с позиции маркетинга. Инфраструктура туризма: понятие, составляющие и методы оценки. Природно-климатические ресурсы РА. Наиболее посещаемые туристами природные достопримечательности РА. Культурно-исторические ресурсы РА. Архитектурные памятники РА. Этнографические ресурсы РА. Особо охраняемые природные территории РА.

Тема 1.3 Методы ценообразования туристских продуктов

Структура и состав цены туристского продукта. Формирование ценовой политики туристского предприятия. Факторы, определяющие условия разработки и реализации ценовой политики. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования. Виды ценовых стратегий.

Формы и процедуры текущего и промежуточного контроля

Примерные практические задания

Задание 1. На основе изучения туристских ресурсов РА, туристских объектов и использования различных источников информации, провести сбор материалов по выбранной идее турпродукта.

Задание 2. Проведите сравнительный анализ туристских продуктов, предлагаемых различными туристскими предприятиями. Выделите их преимущества и недостатки

Задание 3. Приведите 2-3 примера турпродуктов, по которым фирмы применяют ценовую дифференциацию:

- по группам потребителей;
- по времени;
- по вариантам исполнения турпродукта.

Задание 4. Какие услуги будут базовыми при составлении следующих программ обслуживания:

- образовательный тур
- деловой тур
- лечебно-оздоровительный тур
- событийный тур
- экологический тур
- деревенский тур

Формы и виды самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы: самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению практических заданий, подготовка к итоговой аттестации. Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний.

Учебно-методическое обеспечение модуля

Основная литература:

1. Савченко, И. М. Туристские ресурсы Республики Алтай [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для студ. очной формы обуч., слушателей факультетов повышения квалификации по напр. 43.03.02. Туризм профиль "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг" / И. М. Савченко. - Электрон. текстовые дан. - Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2015. - 75 с. - Режим доступа: http://elib.gasu.ru/index.php?option=com_abook&view=book&id=8:turistskie-resursy-respubliki-altaj&catid=25:sport&Itemid=179

2. Бунич, Г.А., Старцев, В.А Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты [Текст] / . – М.:2012 – 236 с. URL: <https://unitech-mo.ru/upload/iblock/bd8/bd884c5abfa40397c2becf97d1acb942.pdf>

Дополнительная литература:

1. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск : Издательский центр КАН, 2017. — 136 с. — ISBN 978-5-9500578-1-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95633.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Интернет-ресурсы

1. <https://russia.travel/> – Национальный туристический портал Russia.travel – информационно-познавательный проект Федерального агентства по туризму, посвященный путешествиям по России.

2. <https://extraguide.ru/about/> - «Экстрагид» – агрегатор экскурсий на русском языке и сервис информационной помощи путешественникам.

3. <https://www.culture.ru/s/virtualnye-progulki/> – «Культура.РФ» – гуманитарный просветительский проект, посвященный культуре России. В ней рассказывается об интересных и значимых событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках нашей природы в формате просветительских статей, заметок, интервью, тестов, новостей и в любых современных интернет-форматах.

2.4.2 Рабочая программа учебного модуля 2

Модуль 2 Методы и технологии продаж туристского продукта

Цели и задачи учебного модуля 2

Цель: формирование компетенций в области совершенствования навыков продажи туристского продукта, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, необходимых для выполнения трудовых функций менеджера по продаже турпродукта.

Задачи:

- ознакомление слушателей с методами и технологиями продажи турпродукта;
- изучение и приобретение практических навыков продажи турпродукта.

Требования к уровню освоения содержания учебного модуля:

Учебный модуль обеспечивает формирование у слушателей следующих компетенций:

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта;

ПК-4 – способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов.

ПК-5 – способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов.

В результате изучения модуля слушатель должен:

Знать:

- личные и профессиональные компетенции менеджера по продаже турпродукта;
- методы и технологии продаж и продвижения туристского продукта.

Уметь:

- правильно и эффективно продать турпродукт.

Владеть:

- технологиями и методами продаж турпродукта;
- навыками эффективной продажи турпродукта.

Содержание учебного модуля

Тема 2.1 Техники и технологии продаж турпродукта

Правила оказания услуг по реализации турпродукта: требования законодательства, особенности практики, частные случаи. Каналы продаж. Продажи через собственный сайт – требования к сайту, методы оптимизации. Сотрудничество с турагентствами. Современные технологии эффективных продаж. Алгоритм продажи турпродукта в офисе турфирмы. Психологические приемы в технике продаж турпродукта. Неценовые инструменты стимулирования продаж турпродукта. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильному потребительскому выбору.

Тренинг «Технологии личных продаж с учётом психологии потребителя»

Тренинг «Практические инструменты и особенности создания презентации для представления клиенту»

Тема 2.2 Дистанционные технологии в продажах туристского продукта

Правила и особенности ведения телефонных переговоров с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы. Технологии организации Интернет-продаж турпродукта. Мобильные технологии стимулирования и осуществления Интернет-продаж турпродуктов

Тренинг «Инструментарий проведения телефонных переговоров с клиентом»

Тема 2.3 Менеджер по продаже турпродукта: личные и профессиональные компетенции

Требования к профессиональным знаниям и умениям менеджера по туризму. Требования Раздела «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 № 220н (должности Менеджер по бронированию и продаже и Менеджер по формированию турпродукта).

Тренинг «Профессиональные и личностные качества для эффективной работы менеджера по продажам турпродукта».

Формы и процедуры текущего и промежуточного контроля

Примерные практические задания

Задание 1. Оцените приёмы стимулирования сбыта, предлагаемые различными турфирмами для потенциальных и существующих клиентов. Какие приёмы встречаются чаще всего и почему?

Задание 2. Сгруппируйте убедительные слова с ориентацией на базовые потребности человека для организации продажи турпродукта

Базовые потребности клиента	Убедительные слова
1. Благополучие (быть не хуже других, «не быть белой вороной»)	
2. Престиж (быть лучше других)	
3. Оригинальность, необычность, индивидуальность (быть не таким, как другие)	
4. Мода (быть первым)	
5. Комфорт (чтобы было удобно пользоваться или жить)	
6. Экономия денег	
7. Экономия времени	
8. Экономия усилий	
9. Здоровье, безопасность	
10. Красота (чтобы было приятно смотреть)	
11. Польза (чтобы не было бесполезной тратой денег)	
12. Качество (для клиента может быть гарантом благополучия, престижа или сохранения времени, усилий или здоровья)	
13. Эффективность	

Задание 3. Ваша фирма решила реализовывать довольно необычный туристский продукт. Конкурентов в данном сегменте рынка у Вас нет. Но и продукт довольно специфический. Подготовьте презентацию данного туристского предложения. Постарайтесь осветить все аспекты, присутствующие при личной продаже.

Задание 4. Составить скрипт-лист для продажи турпродукта одного из видов туризма (на выбор).

Задание 5. Проанализировать возможные возражения клиента и способы их преодоления в ходе проведения презентации услуг предприятия индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).

Задание 6. Используя скрипт продаж при личной встрече в 6 этапов, предложите следующие продукты: путевку в Египет, тур в на Белуху, посещение санатория в Белокурихе, ночлег в хостеле.

1) Налаживание контакта. Пример: «Добрый день, меня зовут Наталья, я представляю компанию и хочу предложить вам товары, которые принесут вам определенную выгоду» (необходимо пояснить, какую именно выгоду).

2) Определение потребности. Пример: Светлана Петровна, я сейчас задам вам несколько вопросов, чтобы определиться, какая именно модель вам подойдет».

3) Грамотное предложение решения. Пример: «Я закончил презентацию, да вы и сами видите все преимущества (перечислить) этого (наименование продукта). Как видите, он поможет вам в решении многих вопросов. И относительно конкурентов у нас (перечислить преимущества)».

4) Определение сигнала к покупке. Пример: «Итак, у вас остались какие-либо вопросы, или вы готовы перейти к заключению договора?»

5) Проработка возражений. Пример: «Г.е. я правильно понял, вас не устраивает только срок поставки товара? Если мы решим этот нюанс, вы готовы будете заключить с нами договор?».

6) Финал сделки. Пример: «Мы пришлем вам все формы завтра до 13.00».

Формы и виды самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы: самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, подготовка, к выполнению практических заданий, подготовка к итоговой аттестации. Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний.

Учебно-методическое обеспечение модуля

Основная литература:

1. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83347.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература:

2. Технология и организация сопровождения туристов на маршруте : учебное пособие для СПО / составители Н. С. Кобызев, Е. В. Кобызева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 118 с. — ISBN 978-5-4488-1360-3, 978-5-4497-1621-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119624.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск : Издательский центр КАН, 2017. — 136 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95633.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалай. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 68 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86302.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интернет-ресурсы

<https://russia.travel/> – Национальный туристический портал Russia.travel – информационно-познавательный проект Федерального агентства по туризму, посвящённый путешествиям по России.

<https://extraguide.ru/about/> - «Экстрагид» – агрегатор экскурсий на русском языке и сервис информационной помощи путешественникам.

<https://www.culture.ru/s/virtualnye-progulki/> – «Культура.РФ» – гуманитарный просветительский проект, посвящённый культуре России. В ней рассказывается об интересных и значимых событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках нашей природы в формате просветительских статей, заметок, интервью, тестов, новостей и в любых современных интернет-форматах.

2.4.3 Рабочая программа учебного модуля 3

Модуль 3 Методы и способы продвижения туристского продукта

Цели и задачи учебного модуля 3

Цель: формирование компетенций в области совершенствования навыков продвижения туристского продукта, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, необходимых для выполнения трудовых функций менеджера по продаже турпродукта.

Задачи:

- ознакомление слушателей с методами и технологиями продвижения турпродукта;
- изучение и приобретение практических навыков продвижения турпродукта.

Требования к уровню освоения содержания учебного модуля:

Учебный модуль обеспечивает формирование у слушателей следующих компетенций:

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта;

ПК-4 – способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов.

ПК-5 – способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов.

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- методы и технологии продвижения туристского продукта;

Уметь:

- определять необходимую информацию для разработки турпродукта и программы его продвижения;
- разработать туристский продукт и программу его продвижения.

Владеть:

- технологиями и методами продвижения турпродукта.

Содержание учебного модуля

Тема 3.1 Реклама как инструмент продвижения туристского продукта

Средства и формы рекламы турпродукта на рынке. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта. Виды рекламного продукта, технология его разработки и проведения рекламных мероприятий.

Тема 3.2 Современные информационные технологии продвижения туристского продукта

Интернет, как наиболее эффективное средство продвижения продуктов и услуг на современном этапе развития. Социальные сети как инструмент продвижения туристского продукта.

Формы и процедуры текущего и промежуточного контроля

Примерные практические задания

Задание 1. Найдите в СМИ примеры рекламных статей, решающих задачи создания общественного мнения, прокомментируйте их в контексте внешних событий.

Задание 2. Предложите способы рекламы нового турпродукта, если:

А) небольшая туркомпания организует экскурсионные туры внутри города и края для школьников

Б) крупный туроператор представляет зарубежные спортивные и экстремальные туры

В) туроператор, специализирующийся на культурно-познавательном туризме рекламирует новый тур по странам Европы

Г) турбюро, организует паломнические туры

Д) туркомпания предлагает образовательные туры изучения английского языка для детей и взрослых.

Задание 3. Продемонстрировать и проанализировать компьютерную рекламу предприятия индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).

Задание 4. Составьте примерное рекламное обращение в прессе, на радио, на наружном рекламном щите. Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения. Напишите текст рекламного сообщения (20–25 строк).

Задание 5. Составьте план продвижения конкретного продукта с использованием определенного рекламоносителя. Выберите рекламоносители для продвижения заданного продукта на рынок. Обоснуйте свой выбор.

Формы и виды самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы: самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению практических заданий, подготовка к итоговой аттестации. Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний.

Учебно-методическое обеспечение модуля

Основная литература:

1. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83347.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература:

2. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190

с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 147 с. — ISBN 978-5-394-04005-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99366.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск : Издательский центр КАН, 2017. — 136 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95633.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалая. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 68 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86302.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интернет-ресурсы

<https://russia.travel/> – Национальный туристический портал Russia.travel – информационно-познавательный проект Федерального агентства по туризму, посвященный путешествиям по России.

<https://extraguide.ru/about/> - «Экстрагид» – агрегатор экскурсий на русском языке и сервис информационной помощи путешественникам.

<https://www.culture.ru/s/virtualnye-proguiki/> – «Культура.РФ» – гуманитарный просветительский проект, посвященный культуре России. В ней рассказывается об интересных и значимых событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках нашей природы в формате просветительских статей, заметок, интервью, тестов, новостей и в любых современных интернет-форматах.

2.4.4 Рабочая программа учебного модуля 4

Модуль 4 Практикум «Разработка туристского продукта и программы его продвижения»

Цели и задачи учебного модуля 4

Цель: формирование компетенций в области совершенствования навыков разработки продвижения туристского продукта, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, необходимых для выполнения трудовых функций менеджера по продаже турпродукта.

Задачи:

- ознакомление слушателей с методами и технологиями разработки продвижения турпродукта;
- изучение и приобретение практических навыков разработки и продвижения турпродукта.

Требования к уровню освоения содержания учебного модуля:

Учебный модуль обеспечивает формирование у слушателей следующих компетенций:

ПК-1 – способность разрабатывать новые турпродукты на основе изучения запросов, интересов туристов.

ПК-2 – способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию и обработку информации об туристских ресурсах, туристских объектах и другой информации, необходимой для разработки турпродукта и программы его продвижения.

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта;

В результате изучения модуля слушатель должен:

Знать:

- методы и технологии формирования туристского продукта;
- туристские ресурсы Республики Алтай (РА) и их использование при формировании туристского продукта;

- методы и технологии продвижения туристского продукта;

- методы ценообразования туристских продуктов и услуг.

Уметь:

- определять необходимую информацию для разработки турпродукта и программы его продвижения;

- разработать туристский продукт и программу его продвижения.

Владеть:

- технологиями и методами разработки, продаж и продвижения турпродукта.

Содержание учебного курса

Тема 4.1 Разработка туристского продукта

Обоснование необходимости нового туристского продукта, определение его конкурентных преимуществ. Формирование вербальной модели туристского продукта. Сбор необходимой информации для разработки туристского продукта. Определение варианта маршрута и программы путешествия проектируемого тура. Составление программы тура. Выбор способа организации тура, определение поставщиков услуг. Расчет стоимости тура.

Тема 4.2 Разработка программы продвижения туристского продукта

Построение карты позиционирования турпродукта. Разработка план рекламной кампании для нового турпродукта.

Формы и процедуры текущего и промежуточного контроля

Примерные практические задания

Задание 1. Проанализировать существующие турпродукты предприятия, изучить отзывы потребителей исходного турпродукта, выявить его недостатки и выявить неудовлетворённые и нарождающиеся потребности в данном виде туризма.

Задание 2. В соответствии с выявленными потребностями и предпочтениями выбранной целевой группы выбрать дестинацию и конкретный вариант маршрута и программы путешествия проектируемого тура.

Задание 3. Спроектировать тур и провести все необходимые экономические расчёты и сравнительный анализ с исходным турпродуктом.

Задание 4. Составить программу тура по дням и по часам. В программе должны быть предусмотрены размещение, питание, транспортировка, экскурсии, свободное время, дополнительные услуги. Необходимо обосновать состав и количество туристов; выбрать способ организации тура, определить поставщиков услуг, обосновать свой выбор.

Задание 5. Построить карту позиционирования турпродукта.

Задание 6. Разработать план рекламной кампании для разработанного турпродукта.

Формы и виды самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы: самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению практических заданий, подготовка к итоговой аттестации. Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний.

Учебно-методическое обеспечение модуля

Основная литература:

1. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83347.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Савченко, И. М. Туристские ресурсы Республики Алтай [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие / И. М. Савченко. - Электрон. текстовые дан. - Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2015. - 75 с. - Режим доступа: http://elib.gasu.ru/index.php?option=com_abook&view=book&id=8:touristskie-resursy-respubliki-altaj&catid=25:sport&Itemid=179

3. Бунич, Г.А., Старцев, В.А. Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты / . — М.:2012 — 236 с. URL: <https://unitech-mo.ru/upload/iblock/bd8/bd884c5abfa40397c2becf97d1acb942.pdf>

Дополнительная литература:

1. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск : Издательский центр КАН, 2017. — 136 с. — ISBN 978-5-9500578-1-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95633.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалая. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0371-0, 978-5-4486-0902-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86302.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : электронное учебное издание (учебное пособие) / И.С. Кусов, Р.Р. Тимиргалеева, Н.В. Шабалина, Е.С. Каширина, С.В. Пospelова, И.В. Журавлева, И.Ю. Гришин, Е.А. Лукьяненко, Э.Р. Кутыева, А.Д. Никанорова (под общ. ред. Р.Р. Тимиргалеевой) – Электрон. дан. (7 Мб). – Майкоп: ЭЛИТ, 2021. – Режим доступа: <https://201824:selcdn.ru/elit-142/pdf/978-5-6045802-5-7.pdf>

Интернет-ресурсы

<https://russia.travel/> – Национальный туристический портал Russia.travel – информационно-познавательный проект Федерального агентства по туризму, посвященный путешествиям по России.

<https://extraguide.ru/about/> - «Экстрагид» – агрегатор экскурсий на русском языке и сервис информационной помощи путешественникам.

<https://www.culture.ru/s/virtualnye-progulki/> – «Культура.РФ» – гуманитарный просветительский проект, посвященный культуре России. В ней рассказывается об интересных и значимых событиях и людях в истории литературы, архитектуры, музыки, кино, театра, а также о народных традициях и памятниках нашей природы в формате просветительских статей, заметок, интервью, тестов, новостей и в любых современных интернет-форматах.

2.4 Программы практик

В рамках курса повышения квалификации практики не предусмотрены.

3. Организационно-педагогические условия

3.1 Кадровые условия

В реализации программы повышения квалификации участвуют преподаватели Горно-Алтайского государственного университета, а также менеджеры по продажам туристских предприятий.

3.2 Материально-технические условия

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и итоговой аттестации. Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории.

Аудитории для самостоятельной работы слушателей оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети Интернет, и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

4.Оценочные материалы

Итоговая аттестация по программе включает **защиту проекта формирования и продвижения туристского продукта**. Целью итоговой аттестации является проверка сформированности компетенций слушателя, прошедшего программу повышения квалификации.

Работая в малых группах слушателям необходимо разработать туристского продукта по Республике Алтай.

Для разработки проекта каждая группа выполняет следующие этапы:

1. Проанализировать существующие турпродукты предприятия, изучить отзывы потребителей исходного турпродукта, выявить его недостатки и выявить неудовлетворённые и нарождающиеся потребности в данном виде туризма.

2. В соответствии с выявленными потребностями и предпочтениями выбранной целевой группы выбрать дестинацию и конкретный вариант маршрута и программы путешествия проектируемого тура.

3. Спроектировать тур и провести все необходимые экономические расчёты и сравнительный анализ с исходным турпродуктом.

4. Составить программу тура по дням и по часам. В программе должны быть предусмотрены размещение, питание, транспортировка, экскурсии, свободное время, дополнительные услуги. Необходимо обосновать состав и количество туристов; выбрать способ организации тура, определить поставщиков услуг, обосновать свой выбор.

5. Построить карту позиционирования турпродукта.

6. Разработать план рекламной кампании для разработанного турпродукта.

Критерий оценки:

Оформление и выполнение проекта:

1. Актуальность, обоснованность предлагаемых варианта турпродукта, реальность, практическая направленность (10 баллов)

2.Объем и полнота разработок, самостоятельность, законченность(10 баллов)

3.Уровень творчества, оригинальность подходов, предлагаемых решений (5 баллов)

4. Аргументированность предлагаемых решений, подходов, выводов, полнота библиографии (5 баллов)
5. Качество оформления проекта: соответствие стандартным требованиям к структуре текста и оформлению, качество схем, рисунков; литературность и научность изложения материала (5 баллов)

Оценка выполнения проекта:

«отлично» - 35 баллов,
«хорошо» - 30 баллов,
«удовлетворительно» - 20 и менее баллов.

Процедура защиты:

1. Качество доклада: композиция доклада, полнота представления в нем работы и ее результатов; аргументированность основных позиций проекта, убедительность речи и убежденность оратора (10 баллов)
2. Ответы на вопросы: полнота, аргументированность, убедительность и убежденность, дружелюбие, стремление использовать ответы для успешного раскрытия темы и сильных сторон работы (5 баллов)
5. Деловые качества докладчика: стремление к достижению высоких результатов, готовность к дискуссии, доброжелательность, контактность (10 баллов)
6. Использование демонстрационного материала (подготовка презентации) (10 баллов)

Оценка защиты проекта:

«отлично» - 35 баллов,
«хорошо» - 30 баллов,
«удовлетворительно» - 28 и менее баллов.

Суммарная оценка выполнения и защиты проекта:

«отлично» - 70 баллов,
«хорошо» - 60 балла,
«удовлетворительно» - 40 и менее баллов.

Разработчик: Т.А. Куттубаева – к.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики, туризма и прикладной информатики Горно-Алтайского государственного университета.

Согласовано:

Руководитель ЦДО
Начальник УМУ
Декан ЭЮФ


Н.В. Долгова
К.А. Арыкова
Ю.Г. Газукина

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Горно-Алтайский государственный университет»

(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
(ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ)
«Менеджер по продаже турпродукта»**

по профилю аккредитованной основной образовательной
программы высшего образования 43.03.02 «Туризм»

Категория слушателей: лица с высшим или средним профессиональным образованием
Срок обучения 2 недели; 3 недели

Название дисциплин (модуля)	Всего часов	Из них			Компетенции
		Аудиторная работа		СРС	
		Всего ауд. часов.	Лекции		
Модуль 1. Формирование клиенториентированного туристского продукта	18	12	4	8	ПК-1 ПК-2 ПК-3
Модуль 2 Методы и технологии продаж туристского продукта	22	16	6	10	ПК-3 ПК-4 ПК-5
Модуль 3 Методы и способы продвижения туристского продукта	10	6	2	4	ПК-3 ПК-4

Модуль 4 Практикум «Разработка туристского продукта и программы его продвижения»	14	6	-	6	ПК-5	
					ПК-1	8
					ПК-2 ПК-3	6
Итоговая аттестация (защита проектов формирования и продвижения туристского продукта или услуги)	8	4	-	4	ПК-1	
					ПК-2	4
					ПК-4 ПК-5	4
Всего часов	72	44	12	32	28	

К учебному плану прилагается справочник формируемых/совершенствуемых компетенций

СПРАВОЧНИК

формируемых/совершенствуемых компетенций по дополнительной профессиональной программе (профессиональной программе (повышение квалификации))

«Менеджер по продаже турпродукта»

ПК-1 – способность разрабатывать новые турпродукты на основе изучения запросов, интересов туристов.

ПК-2 – способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию и обработку информации об туристских ресурсах, туристских объектах и другой информации, необходимой для разработки турпродукта и программы его продвижения.

ПК-3 – способность к использованию инновационных технологий по разработке, реализации и продвижению турпродукта;

ПК-4 – способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов.

ПК-5 – способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов.