Министерство образования Самарской области

**АССОЦИАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "ИНСТИТУТ НАПРАВО.РУ"**

УТВЕРЖДЕНО
Приказ Директора
от 04.08.2025г. № 028/5/с

Воробьев К.А.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

МДК.01.04 Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги туризма и гостеприимства

Специальность 43.02.16
Туризм и гостеприимство

Квалификация: специалист по туризму и гостеприимству
Очная форма обучения
На базе основного общего образования
Срок получения образования: 2 года 10 месяцев

Тольятти, 2025г.

## Порядок выполнения учебных работ

МДК.01.04 Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги туризма и гостеприимства. Специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство». Квалификация: специалист по туризму и гостеприимству.

Основание разработки: Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство» с изменениями от 03.07.2024 № 464.

| Показатель | Часы |
|---|---|
| Общий объём | 76 |
| Учебные занятия и практики | 76 |
| Самостоятельная работа | 0 |
| Промежуточная аттестация | 0 |
| Обязательная часть | 76 |
| Вариативная часть | 0 |

Распределение по семестрам: 3 семестр — 76 ч..

Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачёт (семестр 3).

Междисциплинарный курс входит в профессиональный модуль ПМ.01. Оценка результатов курса учитывается при проведении экзамена по профессиональному модулю.

**Тема 1.**

Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме

**Задания для практического занятия.**

1. Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма.
2. Международные организации по регулированию туризма.
3. Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика выезда и въезда туристов в РФ.
4. Анализ требований российского законодательства к информации,
5. предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта.
6. Негосударственные объединения российских ТО. Требования российского законодательства в ТО. «Турпомощь» и финансовые гарантии.

**Задания для самостоятельной работы**.

1. Обзор нормативно-законодательной базы и типовых договоров в сфере туризма
2. Анализ агентских договоров в части финансовых гарантий ведущих ТО

**Тема 2.**

Формирование турпродукта

**Задания для практического занятия.**

1. Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО.
2. Расчет стоимости турпродукта – прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ». Этапы работы ТО компании при формировании тура.
3. Активные субъекты туриндустрии. Поставщики туруслуг.
4. Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.
5. Методы расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки.
6. Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неуменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов – директоров ведущих ТО.

**Задания для самостоятельной работы**.

1. Изучение рекреационных возможностей заданного региона для создания турпродукта.
2. Расчет турпакета выбранного направления.
3. Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через компанию.

**Тема 3.**
Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж
**Задания для практического занятия.**

1. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта.
2. Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама – инструмент продвижения товара к потребителю.
3. Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании.
4. Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туриндустрии.
5. Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама.
6. Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте.
7. Реклама в Интернете. Сайт ТО.
8. Интернет-рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.
9. Участие ТО в поисковых системах – информационных ресурсах ТА.
10. Туристические выставки. PR-акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.
11. Работа по привлечению ТА: создание франчайзинговых агентских сетей.
12. Обучение ТА – воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.
13. Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте.
14. Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование.
15. Виды продвижения ТА для стимулирования потребителей. Разработка рекламной политики. Как привлечь туриста в офис.
16. Средства стимулирования потребителей – предоставление бонусов для постоянных покупателей, дополнительное бесплатное обслуживание, раздача сувенирной продукции.

17. Нестандартные приемы продвижения. СГОЗ. Дисконтные карты. Почтовая рассылка.

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта.
2. Подготовка рекламного буклета «Пять причин, чтобы посетить…(направление по выбору студента)
3. Сбор материала по рекламе ТА в своем районе и анализ посещаемости агентства
4. Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам»
5. Изучение работы различных поисковых систем.
6. Проведение виртуального «вебинара» по выбранному направлению.
7. Подготовка плана инфотура по выбранному направлению.

**Тема 4.**

Технология продаж турпродукта

**Задания для практического занятия.**

1. Специфика продаж в турбизнесе. Продажа услуги.
2. Медоты изучения запросов потребителя. Структура рекреационных потребностей. Требования к турменеджеру. Обязанности менеджера ТА.
3. Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами. Деловой этикет.
4. Этапы обслуживания клиента. Различные средства стимулирования потребителей.
5. Технология продаж готового продукта. Требования законодательства е информации, предоставляемой потребителю.

**Задания для самостоятельной работы.**

1. Выявление потребности в отдыхе друзей и знакомых.
2. Составление перечня личных и профессиональных качеств менеджера по продажам турпродукта.

**Примерная тематика курсовых работ:**

1. Создание инновационного туристского продукта (по видам туризма).
2. Проектирование программ обслуживания (по видам туризма).
3. Подготовка и ведение договорной кампании туроператора с поставщиками услуг.
4. Подготовка и заключение договора туроператора с турагентом.
5. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга в агентском бизнесе.
6. Анализ использования компьютерных технологий в работе туристской фирмы.
7. Анимация в отелях: российский и зарубежный опыт.

8. Обеспечение безопасности в туризме (по видам туризма).
9. Разработка рекламно-информационного материала турагентства.
10. Разработка рекламного буклета (на примере любого российского направления).
11. Создание имиджа турагентства.
12. Влияние положительного и отрицательного имиджа туристской фирмы на ее деятельность.
13. Название туристской фирмы, как составляющая имиджа.
14. Внешнее и внутреннее оформление офиса турагентства.
15. Обслуживание клиента при продаже турпродукта.
16. Организация продажи турпродукта в турагентстве.
17. Создание благоприятной психологической обстановки в туристском агентстве при обслуживании клиента.
18. Инновационные технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса).
19. Работа с претензиями туристов.
20. Визовая поддержка туристов (на примере турагентства).

## Учебно-методические указания по выполнению, оформлению и защите курсовой работы

Курсовая работа обучающегося является одной из активных форм обучения, оказывающей содействие более глубокому изучению дисциплин, приучающий студента к точному изложению мыслей, развивающей умение обобщать собранный материал и аргументировать сделанные по работе выводы. Курсовая работа – это самостоятельная научно-практическая работа, являющаяся формой самоконтроля усвоения курса. В ней должны присутствовать элементы новизны.

Выполнение курсовой работы направлены на достижение следующих целей:

- усвоение обучающимся дополнительного материала по учебной дисциплине и повышение уровня владения существующим понятийным и терминологическим аппаратом;
- укрепление навыков самостоятельной работы обучающихся;
- формирование общекультурных и профессиональных компетенций у обучающихся;
- повышение уровня языковой грамотности

В процессе подготовки курсовой работы у обучающихся формируется такие навыки как:

- умение выделить проблему и определить методы ее решения;

- владение методикой исследования, обобщения, анализа и логического изложения материала;
- способность использовать инновационные подходы к решению поставленных задач.