

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

ИНСТИТУТ

КАФЕДРА СЕРВИСА, СТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА

# **ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ УСЛУГ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Рабочая программа дисциплины**

по направлениям подготовки

43.03.02 «Туризм»

Профиль подготовки **Технология и организация**

**Туроператорских и турагентских услуг**

43.03.03 Гостиничное дело

Квалификация

**Бакалавр**

**Программа прикладного бакалавриата**

Форма обучения

Очная, очно-заочная

Рабочая программа дисциплины «Технология продаж услуг туристской деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. N 1367)

Рабочая программа разработана на основании рабочей программы, составленной Буриловой В.С., канд. ист. наук, доцентом кафедры Туризма и гостинично-ресторанного бизнеса ВГУЭС и Михиной И.С., канд. экон. наук, доцентом кафедры Туризма и гостинично-ресторанного бизнеса ВГУЭС, утвержденной на заседании кафедры ТГРБ от 23.09.2015 г., протокол № 1

Редакция 2016 г. утверждена на заседании кафедры ТГРБ от 26.04.2016 г., протокол №8

Составители:

Старичкова Н.В., к.х.н., доцент кафедры сервиса, строительства и дизайна

Морозова А.С., старший преподаватель кафедры сервиса, строительства и дизайна

Утверждена на заседании кафедры ССД от 23.06.2016 г., протокол № 22

Заведующий кафедрой (разработчика) \_\_\_\_\_ Самохина Л.С.  
подпись фамилия, инициалы

« 23 » июля 2016 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) \_\_\_\_\_ Самохина Л.С.  
подпись фамилия, инициалы

« 23 » июля 2016 г.

## 1 Цель и задачи учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование знаний умений и навыков у будущих специалистов в области технологии обслуживания туристов и организации продаж туристских услуг. В процессе изучения решаются следующие задачи:

- приобретение знаний по технологии и организации туроперейтинговой деятельности;
- приобретение знаний по технологии разработки туристского продукта и отдельной услуги;
- овладение новыми технологиями по продвижению и организации продаж туристского продукта;
- овладение методикой расчета цены тура и отдельной услуги.

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

ОПОП	Компетенции	Расшифровка	Составляющие компетенции	
43.03.02 Туризм	ОПК-2	Способность к разработке туристского продукта	Знать	особенности туристского продукта
			Уметь	разрабатывать туристский продукт
	ПК-4	способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	Знать	виды управленческих решений и методы их разработки
			Уметь	анализировать существующие формы управления персоналом, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию
			Владеть	навыками формирования социальных отношений в индустрии туризма и гостеприимства
	ПК-5	Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	Знать	методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности, систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии
Уметь			анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов)	
Владеть			методом ABC при формировании плана сбыта	
ПК-13	способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов	Знать	основы делового общения	
		Уметь	соблюдать правила межличностного общения; соблюдать правила протокола и этикета; скорректировать манеры и речь в зависимости от предполагаемых обстоятельств	
		Владеть	техникой беседы с потребителем туристского продукта; средствами применения личностных качеств для успешной деятельности в области туризма.	

### 3 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП (связь с другими дисциплинами)

Дисциплина «Технология продаж услуг туристской деятельности» относится к профессиональному циклу базовой части.

Особое место данной дисциплины в профессиональной подготовке обусловлено тем, что она служит основой для формирования системы базовых знаний по технологии разработки туристского продукта и обслуживания туристов. Изучение данной дисциплины тесно связано и опирается на такие дисциплины, как «Основы туризма и индустрии гостеприимства»; «География туризма» «Технология и организация операторских и агентских услуг»; «Введение в профессию», «Технология и организация экскурсионной и выставочной деятельности», «Технология и организация гостиничных услуг», «Основы менеджмента в сервисе и туризме» «Основы маркетинга в сервисе и туризме» и других.

### 4 Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Название ООП	Форма обучения	Индекс	Семестр	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)			СРС	Форма аттестации	
					все-го	Аудиторная				
Б-ТУ	ОФО	Б.1.В.08	7	3					Э	
					108	лек	прак	лаб	38	36
						17	17			

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

### 5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

#### 5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

№	Название темы	Вид занятия	Объем час	Кол-во часов в интерактивной и электронной форме	СРС
1	Введение в туроператорский бизнес	Лекция	1		2
		Практическое занятие	1	1	
2	Планирование туроперейтинговой программы	Лекция	1		4
		Практическое занятие	1	1	
3	Маркетинговые технологии в туризме	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
4	Технология проектирования тура	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
5	Ценообразование в туристском проектировании	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
6	Организация каналов сбыта туристского продукта	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
7	Мотивация потребителей	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
8	Технология продаж услуг и обслуживания туристов	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	
9	Анимационные технологии в обслуживании туристов	Лекция	1		4
		Практическое занятие	1	2	
10	Технология обслуживания туристов на маршруте	Лекция	2		4
		Практическое занятие	2	2	

## **5.2 Содержание дисциплины (модуля)**

### **Тема 1. Введение в туроператорский бизнес**

Предмет, задачи и структура курса «технология продаж услуг туристской деятельности». Значение предмета для формирования общей культуры и навыков работы туризме. Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Туристский продукт – основные характеристики, состав. Особенности формирования рынка туристских услуг. Фазы жизненного цикла туристского продукта. Современное состояние и тенденции развития туризма в мире, России и на Дальнем Востоке.

### **Тема 2. Планирование туроперейтинговой программы**

Типы и функции туроператоров. Рекреационно-туристский район-основной объект планирования. Принципы планирования туроперейтинговой программы. Рекреационно-туристские районы – основные объекты планирования. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Планирование типовой туроперейтинговой программы инициативного и рецептивного туроператоров. Подготовка к переговорам. Заключение сделки.

### **Тема 3. Маркетинговые технологии в туризме**

Туристский маркетинг. Функции туристского маркетинга в выявлении потребностей рынка, формировании цены и управлении спросом. Маркетинговые технологии в исследовании рекреационного потенциала на региональном уровне для туристского проектирования. Маркетинговые исследования в обосновании турпродукта.

### **Тема 4. Технология проектирования тура**

Индивидуальные и групповые туры: сущность, цели, задачи, отличительные черты и принципы разработки. Нормативно-правовое регулирование туристского проектирования. Обязательная и добровольная сертификация тура. Технологические этапы проектирования и документационное оформление тура. Общие требования к туристской услуге при проектировании (обязательные и рекомендуемые).

### **Тема 5. Ценообразование в туристском проектировании**

Цена. Функция цены, ценовая стратегия туристских предприятий. Методы ценообразования. Рыночный и маркетинговый методы установления цены на турпродукт (услугу). Затратный подход к формированию цены турпродукта (услуги). Общая характеристика затрат. Методика расчета групповой цены тура. Калькуляция стоимости тура.

### **Тема 6. Организация каналов сбыта туристского продукта**

Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс удовлетворения потребностей потребителей и удовлетворения потребностей продавца в стремлении получить прибыль, построенный на реализации товаров и услуг туристской индустрии. Рынок потребителей. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг в туристской деятельности.

### **Тема 7. Мотивация потребителей**

Мотивации покупок. Психологические модели потребительских мотиваций. Современный опыт применения и использования. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг. Создание инструментов диагностики потребностей потребителей. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии.

### **Тема 8. Технология продаж услуг и обслуживания туристов**

Офисная технология как основа технологии продаж услуг туристской индустрии. Законодательное и нормативно-правовое регулирование в организации продаж. Подготовка к продажам. Этапы совершения покупки. Требования к информационному обеспечению туристского продукта (услуги). Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Договор между туристом и туристской фирмой. Технологическая документация сопровождения продаж. Функция оплаты туристского продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.

### **Тема 9. Анимационные технологии в обслуживании туристов**

Теоретические основы анимации в туризме. История возникновения анимации как вида обслуживания. Классификация видов анимационной деятельности. Зарубежный и отечественный опыт организации анимационной деятельности. Технология разработки анимационных программ.

### **Тема 10. Технология обслуживания туристов**

Нормативно-правовые требования (правила) и технологические этапы обслуживания потребителей в туристской фирме. Алгоритм первого посещения потребителем туристской фирмы. Психологические аспекты мотивации и работы с потребителем. Подготовка к продажам. Привлечение и удержание клиентов. Типология конфликтных ситуаций и пути разрешения конфликтов. Нейтрализация возражений. Работа с рекламациями.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

### **6.1 Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине**

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательную разработку проекта тура и написание реферата с презентационным материалом по Приморскому краю студентами очной форм обучения. Сту-

дент самостоятельно выбирает вид тура, конкретный регион Приморского края для разработки проекта и вопрос темы реферата из списка, представленного ниже.

1. Анализ туристской инфраструктуры конкретного района Приморского края.
2. Обоснование и разработка программы конкретного тура по Приморскому краю
3. Обоснование и разработка и документальное оформление конкретного тура (экологического, образовательного, паломнического, делового и пр.).
4. Обоснование, разработка анимационной программы (для конкретного сегмента туристского рынка Приморского края).
5. Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.
6. Разработка программы продвижения конкретного тура или анимационной программы.
7. Разработка технологических этапов продаж конкретного тура.
8. Маркетинговые исследования в разработке стратегии туристской фирмы.

#### **6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины**

1. Туроперейтинговая деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Функции рецептивного туроператора на рынке туристских услуг.
3. Функции инициативного туроператора на рынке туристских услуг.
4. Каковы технологические особенности разработки групповых и индивидуальных туров?
5. Классы обслуживания в туризме.
6. Туристский продукт: понятие, технологические особенности проектирования инклюзив-тура (ИТ) и индивидуального тура.
7. Программа обслуживания в туризме: сущность и технология проектирования.
8. Рекреационно-туристские районы – основные объекты планирования.
9. Каковы основные требования к рекреационным условиям и уровню услуг при проектировании туров различного класса обслуживания?
10. Этапы планирования туроперейтинговой программы рецептивного туроператора.
11. Этапы планирования туроперейтинговой программы инициативного туроператора.
12. Технология подготовки туристской фирмы к переговорам с поставщиками услуг.
13. Технология подготовки к переговорам между инициативным и рецептивным туроператорами.
14. Правовая основа договорной деятельности в туризме. Структура типового договора.
15. Сделка, виды сделок в туризме.
16. Сделка на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).
17. Сделка на условиях «Купли-продажи» (существенные условия).
18. Сделка на условиях «Договора обмена» (существенные условия).
19. Принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием.
20. Принципиальные условия договора туристской фирмы с предприятием питания.
21. Принципиальные условия договора туристской фирмы с авиакомпанией.
22. Принципиальные условия договора туристской фирмы с железной дорогой.
23. Принципиальные условия договора между туристской фирмой и туристом.
24. Принципиальные условия договора между рецептивным и инициативным туроператорами.
25. Туристские формальности и технологические особенности их оформления.
26. Технологические этапы разработки тура.
27. Документальное оформление тура.

#### **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

При подготовке к занятиям и для выполнения индивидуальных заданий следует использовать рекомендуемые источники литературы по данному курсу, в том числе нормативные документы индустрии туризма.

При подготовке к занятиям следует воспользоваться не только учебниками и учебными пособиями, приведенными в списке основной и дополнительной рекомендуемой литературы, но также периодическими изданиями, обратив особое внимание на такие журналы как «Туризм: практика, проблемы, перспективы», «Турбизнес», «Горячая линия. Туризм», сайты Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Федерального агентства по туризму и электронную газету «RATA news». В проекте необходимо наличие информации, которая бы отражала современное состояние развития международного туризма, поэтому обязательно использовать данные по стране или субрегиону за последние пять лет, включая год сдачи работы.

## **8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств (Приложение 1). Виды контроля и отчетности по дисциплине.

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **9.1 Основная литература**

1. Кусков А.С. Туроперейтинг: [учебник для студентов вузов] / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. - М. : ФОРУМ, 2014. - 400 с.
2. Виноградова Т.В.  
Технология продаж турпродукта: учебник для студентов вузов, обуч. по направл. "Туризм" / Т. В. Виноградова. - 3-е изд., испр. - М. : Академия, 2015. - 240 с. - (Высшее образование : Бакалавриат).
3. Абабков Ю.А.  
Маркетинг в туризме: учебник для студентов вузов / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 214 с. - (Высшее образование : Бакалавриат).
4. Скобкин, С.С.  
Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Скобкин. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. - 432 с.

### **9.2. Дополнительная литература**

1. Любавина Н.А.  
Технология и организация турагентской деятельности: учебник для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. - М. : Академия, 2014. - 256 с. : ил. - (Профессиональное образование).
2. Бутко И.И.  
Маркетинг в туризме: учеб. пособие [для студентов вузов] / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2013. - 416 с.
3. Шитов В.Н.  
Информационные технологии в туристской индустрии: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подгот. "Туризм" (бакалавриат) / В. Н. Шитов. - М. : КНОРУС, 2016. - 386 с.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности 100103 "Соц.-культурный сервис и туризм" / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 316 с. - (Высшее образование : Бакалавриат).
5. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие для студентов вузов / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 158 с. - (Высшее образование).
6. Основы туризма: учебник для студентов вузов / [авт.: Е. Н. Трофимов, Е. В. Мошняга, А. И. Сеселкин и др.] ; под науч. ред. Е. Л. Писаревского. - М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 384 с. - (Бакалавриат).
7. Косолапов А.П. Туристское страноведение. Европа и Азия: учебно-практ. пособие для студентов вузов / А. Б. Косолапов. - 3-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2016. - 396 с.
8. Косолапов А.П. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / А. Б. Косолапов. - 5-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2016. - 294 с.

### **9.3 Журналы**

1. «Туризм: практика, проблемы, перспективы» – Специализированное профессиональное издание для туристических агентств. Официальный сайт [www.tpnews.ru](http://www.tpnews.ru);
2. «Туризм: право и экономика» – Федеральный научно-практический журнал. В журнале отражены: правовое регулирование туризма в России, экономика туризма, оказание туристических услуг; государство и туризм; правовое регулирование туристической деятельности; туризм в мире: статистика и информация, документы и комментарии. Официальный сайт [www.lawinfo.ru](http://www.lawinfo.ru);
3. «Турбизнес» – Информационно-аналитический журнал для профессионалов. Официальный сайт <http://www.tourbus.ru>.

### **9.4 Российское законодательство**

1. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (по состоянию на 25 июля 2007 года) – Новосибирск: Сиб. универ. изд-во, 2007. – 28 с. – (кодексы и Законы России).
2. Федеральный закон от 03.05.2012 N 47-ФЗ (ред. от 23.07.2013) "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации"

## **10. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»**

### **10.1 Полнотекстовые базы данных**

Электронная библиотека Издательского дома Гребенников;  
Университетская информационная система Россия (УИС РОССИЯ);  
Полпред. Экономика и право 230 стран. Связи с Россией;  
Информационно-аналитическое агентство ИНТЕГРУМ;  
Информационно-издательский центр «СТАТИСТИКА РОССИИ»;

Электронно-библиотечная система РУКОН.

## **10.2 Интернет-ресурсы**

[www.unwto.org](http://www.unwto.org) – Всемирная туристская организация (UNWTO);  
[www.wttc.org](http://www.wttc.org) – Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC);  
[www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) – Федеральное агентство по туризму Российской Федерации;  
[www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru) – ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туриндустрии.

## **11 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной видеоаппаратурой. Практические занятия проводятся в учебной лаборатории с использованием видео- и аудиоаппаратуры, учебных наглядных пособий. Самостоятельная работа включает в себя работу в библиотеке и медиаклассе, проведение научных исследований в виде реферата.