

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

---

Колледж  
(на правах факультета непрерывного профессионального образования)



## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы  
обучающихся по дисциплине

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Специальность  
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника – специалист по туризму

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург  
2021

Автор


преподаватель

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Панфилова Т.Е.

Рассмотрена на заседании педагогического совета колледжа (на правах факультета непрерывного профессионального образования) от 20 апреля 2021 г., протокол № 4.

Председатель педагогического совета

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Челей Т.М.

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии по специальности 43.02.10 Туризм от 19 апреля 2021 г., протокол № 9

Председатель УМК

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Ямковая И.Н.

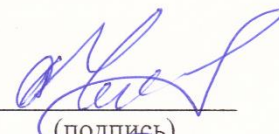
СОГЛАСОВАНО

Зав. библиотекой

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Борош Н.А.

Начальник отдела информационных технологий

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Чижиков А.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
2. Тематический план внеаудиторной самостоятельной работы.....	9
3. Основные виды и формы внеаудиторной самостоятельной работы .....	10
Образец примерного выполнения задания.....	11
4. Образец примерного выполнения задания.....	12
5. Задания к выполнению внеаудиторных самостоятельных работ .....	14
6. Критерии оценки выполненных заданий и степени овладения запланированными умениями .....	15
7. Список рекомендованной литературы .....	20

## **1. Пояснительная записка**

Методические указания разработаны для проведения внеаудиторной самостоятельной работы по учебной дисциплине ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по специальности 43.02.10 Туризм в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 № 474.

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями

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. 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;

### **МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельностью**

**С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен уметь:**

#### **Иметь практический опыт:**

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

**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.

**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 туруслуг;
- 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.

## **МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме**

### **Общие компетенции:**

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.

### **Профессиональные компетенции:**

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.

**С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:**

### **Иметь практический опыт:**

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;

- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

**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.

**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 туруслуг;
- 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.



## 2. Тематический план внеаудиторной самостоятельной работы

Изучаемая тема	Форма самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Трудоемкость, ч
Раздел 1. ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг			
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности			
Тема 1 Основы туроператорской деятельности	Подготовка информационного сообщения	Примерные варианты заданий: 1. Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. 2. Определение целей в туроперейтинге: дерево целей туроператорской фирмы	14
Тема 2 Технология разработки туристского продукта	Подготовка реферата	<b>Примерные варианты заданий</b> 2. Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. 2. Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.	10
Тема 3 Туристские формальности	Создание материалов-презентаций	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. Сбор документов на оформление визы. 2. Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации. 3. Сравнительной характеристики поощрения покупок Tax free и duty free. 4. Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.	10
Тема 4 Технология взаимодействия с турагентами	Составление схем, иллюстраций (рисунков), графиков, диаграмм	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы. 2. Оформление рабочего места менеджере турфирмы. 3. Мониторинг предложений туроператоров.	12
Тема 5 Оптимизация предоставления услуг	Подготовка реферата	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг. 2. Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. 4. Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов	14
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			
Тема 1 Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью	Самостоятельная работа	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. разработка материалов для проведения маркетингового исследования 2. Сбор информации о крупных туроператорах региона – создание презентации.	6

формирования востребованного туристского продукта			
Тема 2 Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта	Самостоятельная работа	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм 2. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке 3. Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка	6
Тема 3 Взаимодействие с субъектами и рынка по реализации и продвижению туристского продукта.	Создание материалов-презентаций	<b>Примерные варианты заданий:</b> 1. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки 2. Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.	6
Итого			78

### 3. Основные виды и формы внеаудиторной самостоятельной работы

«Предоставление туроператорских услуг» профессиональный модуль предусмотрены следующие формы самостоятельной работы:

- 1) Подготовка информационного сообщения
- 2) Написание реферата
- 3 Создание материалов-презентаций
- 4 Составление схем, иллюстраций (рисунков), графиков, диаграмм

**1. Подготовка информационного сообщения** - это вид ВСР по подготовке небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером - сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения - до 5 мин.

Затраты времени на подготовку сообщения зависят от трудности сбора информации, сложности материала по теме, индивидуальных особенностей обучающегося и определяются преподавателем. Дополнительные задания такого рода могут планироваться заранее и вноситься в карту самостоятельной работы в начале изучения дисциплины.

*Роль преподавателя:*

о определить тему и цель сообщения;

- определить место и сроки подготовки сообщения;
- оказать консультативную помощь при формировании структуры сообщения;
- рекомендовать базовую и дополнительную литературу по теме сообщения;
- оценить сообщение в контексте занятия.

*Роль обучающегося:*

- собрать и изучить литературу по теме;
- составить план или графическую структуру сообщения;
- выделить основные понятия;
- ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;
- оформить текст письменно;
- сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок.

*Критерии оценки:*

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников
- наличие элементов наглядности.

**2. Написание реферата** - это более объемный, чем сообщение, вид ВСП обучающегося, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа - научной работы, монографии, статьи.

Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата - 7-10 мин.

Затраты времени на подготовку материала зависят от трудности сбора информации, сложности материала по теме, индивидуальных особенностей обучающегося и определяются преподавателем.

*Роль преподавателя:* идентична роли при подготовке обучающимся информационного сообщения, но имеет особенности, касающиеся:

- выбора источников (разная степень сложности усвоения научных работ, статей);
- составления плана реферата (порядок изложения материала);
- формулирования основных выводов (соответствие цели);
- оформления работы (соответствие требованиям к оформлению).

*Роль обучающегося:* идентична при подготовке информационного сообщения, но имеет особенности, касающиеся:

- выбора литературы (основной и дополнительной);
- изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов);
- оформления реферата согласно установленной форме,

*Критерии оценки:*

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Образец примерного выполнения задания

Выполнение задания по теме 5. Оптимизация предоставления услуг

Задание – написание рефератов на тему:

- 1.Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг.
- 2.Составление программ обслуживания для различных категорий туристов.
- 3.Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов
- 4.Система обеспечения качества обслуживания туристов на маршрутах туроперейтинга.
- 5.Стратегический подход к организации обслуживания туристов
- 6.Проблемы современного туроперейтинга в России.
- 7.Создание туристского продукта.

#### **Требования к оформлению реферата:**

Реферат - это более объемный, чем сообщение, вид ВСР обучающегося, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа - научной работы, монографии, статьи.

Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата - 7-10 мин.

### **4. Образец примерного выполнения задания**

#### **Общие требования к оформлению рефератов.**

Текст реферата должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, основные положения которого здесь и воспроизводятся.

Общий объём работы – 10-30 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы) на бумаге формата А4, на одной стороне листа. **Реферат должен содержать:** титульный лист, оглавление, введение, основную часть (разделы, части), выводы (заключительная часть), приложения, пронумерованный список использованной литературы (не менее 5-ти источников).

**Формат.** Реферат должен быть выполнен на одной стороне листа бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста — «Times New Roman». Кегль (размер) 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): левое — 30 мм, верхнее, и нижнее, правое — 20 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа, который не обозначается цифрой. Расстояние между названием главы (подраздела) и текстом должно быть равно 2,5 интервалам, интервал между строками самого текста — 1,5. **Размер шрифта для названия главы — 16 (полужирный)**, подзаголовок — 14 (полужирный). Точка в конце заголовка, располагаемого посередине листа, не ставится. Заголовки не подчёркиваются. Абзацы начинаются с новой строки и печатаются с отступом в 1,25 сантиметра. Оглавление (содержание) должно быть помещено в начале работы

### Образец титульного листа

Министерство сельского хозяйства РФ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждения высшего  
образования  
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»  
(ФГБОУ ВО СПбГАУ)

Колледж на правах факультета (непрерывного профессионального образования)

Реферат  
по дисциплине ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг  
на тему: «Анимация как технология и вид туристской деятельности

»

Выполнил: ФИО  
№ уч. группы, специальность  
Проверил: ФИО преподавателя

Санкт-Петербург  
2021

### Оформление 2 листа

#### СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
.....	6
Список литературы..... (Учитывать алфавитный порядок)	25

- 1. Создание материалов-презентаций** - это вид самостоятельной работы обучающихся по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint. Этот вид работы требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у обучающихся навыки работы на компьютере.

Материалы-презентации готовятся обучающимся в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида ВСР, по формату соответствующие режиму презентаций.

Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объема, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей обучающегося и определяются преподавателем.

Роль преподавателя:

- помочь в выборе главных и дополнительных элементов темы;
- консультировать при затруднениях.

Роль обучающегося:

- изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;

- установить логическую связь между элементами темы;
- представить характеристику элементов в краткой форме;
- выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;
- оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Критерии оценки:

- в соответствии содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;
- работа представлена в срок.

**2. Составление схем, иллюстраций (рисунков), графиков, диаграмм** - это более простой вид графического способа отображения информации. Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т. д. Второстепенные детали описательного характера опускаются. Рисунки носят чаще схематичный характер. В них выделяются и обозначаются общие элементы, их топографическое соотношение. Рисунком может быть отображение действия, что способствует наглядности и, соответственно, лучшему запоминанию алгоритма. Схемы и рисунки широко используются в заданиях на практических занятиях в разделе самостоятельной работы. Эти задания могут даваться всем обучающимся как обязательные для подготовки к практическим занятиям.

Затраты времени на составление схем зависят от объема информации и ее сложности.

*Роль преподавателя:*

- конкретизировать задание, уточнить цель;
- проверить исполнение и оценить в контексте задания.

*Роль обучающегося:*

- изучить информацию по теме;
- создать тематическую схему, иллюстрацию, график, диаграмму;
- представить на контроль в установленный срок.

*Критерии оценки:*

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации.
- наличие логической связи изложенной информации;
- аккуратность выполнения работы;
- творческий подход к выполнению задания;
- работа сдана в срок.

## **5. Задания к выполнению внеаудиторных самостоятельных работ**

Самостоятельные работы выполняются индивидуально в свободное от занятий время.

Обучающийся обязан:

- перед выполнением самостоятельной работы, повторить теоретический материал, пройденный на аудиторных занятиях;
- выполнить работу согласно заданию;
- по каждой самостоятельной работе представить преподавателю отчет ответить на поставленные вопросы.

Если по ходу выполнения самостоятельной работы у обучающихся возникают вопросы и затруднения, он может консультироваться у преподавателя. Каждая работа

оценивается по пятибалльной системе. Критерии оценки приведены в методических указаниях по каждому виду самостоятельной работы.

Вся внеаудиторная самостоятельная работа построена на работе с учебной литературой, подготовке к устному опросу материалов по пройденной теме и самостоятельному конспектированию учебного материала.

Цель работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;

- углубление и расширение теоретических знаний;

- формирование умений использовать справочную и учебную литературу;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации

Формирование компетенций: ОК 1-9; ПК 3.1 – 3.4;

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение самостоятельной работы

## 6. Критерии оценки выполненных заданий и степени овладения запланированными умениями

**Критерии оценки:**

Оценка	Требования к знаниям
отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении вопросов, использует в ответе материал нормативно-правовой литературы, правильно обосновывает принятое решение.
хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.
неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### 1. Проведение маркетинговых исследований по конкретному региону

Формируемые/проверяемые умения	Формируемые/проверяемые знания
Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; Работать с информационными и справочными материалами	Основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований

*Уровень сложности:* 3.

*Время выполнения работы:* 4 ч.

Провести маркетинговые исследования по конкретному региону

*Последовательность выполнения:*

1. Выбрать любой регион (город, населенный пункт, деревню) России, в котором будет проводиться исследование
2. Описать регион, его месторасположение, транспортное сообщение с близлежащими регионами и крупными городами
3. Описать инфраструктуру выбранного региона
  - Гостиницы
  - Рестораны
  - Развлекательные центры
  - Торговые центры
4. Ответить на вопрос, чем данный регион привлекателен для туристов
  - Природные ресурсы
  - Исторические достопримечательности
  - Архитектура
  - Религиозные достопримечательности
  - Событийный туризм
5. Продумать план маркетинговых мероприятий, с помощью которых в регион будет привлечено большее число туристов

*Требования к оформлению работ:*

Практическая работа оформляется в виде презентации в MS Power Point, количество слайдов не регламентировано, время на выступление – 5 минут. По каждому пункту должна быть предоставлена исчерпывающая информация. Обязательно наличие отдельного слайда для плана маркетинговых мероприятий (5 пункт).

#### **Критерии оценивания работы:**

№ п/п	Критерий оценивания	Количество баллов (максимум 5)
1	Актуальность выбранного региона	
2	Описание региона (местоположение)	
3	Инфраструктура региона	
4	Привлекательность региона для туристов	
5	План маркетинговых мероприятий	



6	Выдержан регламент (5 мин)	
7	Выступление (с текстом/без)	
8	Техника презентаций	
9	Наглядность	
	<b>Итого</b>	

45 – 40 баллов – «5»

39 – 30 баллов – «4»

29 – 20 баллов – «3»

## 2. Составление карты стратегических групп

Формируемые/проверяемые умения	Формируемые/проверяемые знания
Проводить анализ деятельности других туркомпаний; Обрабатывать информацию и анализировать результаты;	Виды рекламного продукта, Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, места и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту

Время выполнения задания – 3 часа

Уровень сложности работы – 2

*Инструкции к выполнению:*

В сети интернет найдите туры, соответствующие параметрам, указанным в таблице. Заполните таблицу. В каждой графе укажите не менее двух предложений по каждому пункту

Доминирующий вид туризма	Класс обслуживания		
	экономический	средний	«люкс», первый класс
Шоп-туры			
Экскурсионные туры			
Деловой туризм			
Спортивный туризм			
Паломнический туризм			
Образовательный туризм			
Лечебный туризм			
Пляжный туризм			

*Требования к оформлению работ:*

Работа выполняется на отдельном листе. Необходимо указывать в каждой графе следующую информацию: название туристской фирмы, название тура, стоимость тура, что входит в стоимость тура. Необходимо сравнивать туры одинаковые (+/- 1 день) по продолжительности.

Образец заполнения таблицы представлен ниже на примере шоп-тура.

Доминирующий вид туризма	Класс обслуживания		
	Экономический	средний	«люкс», первый класс
Шоп-туры	Т/ф Итальянский туристический сервис Тур «В Италию на распродажи», 8 дней Стоимость: 400 евро Входит: а/б Москва-Римини-Москва, мед.страховка, проживание, питание завтраки, услуги сопровождающего по маршруту, экскурсии в аутлеты, поездка в Сан-Марино	Т/ф Итальянский туристический сервис Тур «3 знаменитых аутлета», 8 дней Стоимость: 750 евро Входит: а/б Москва – Милан – Москва, трансфер а/п – отель а/п, проживание, питание завтраки, мед.страховка, 3 поездки в аутлеты, обзорная экскурсия в Милану	Т/ф Итальянский туристический сервис Тур «Термы и Мода», 7 дней Стоимость: 2 750 евро Входит: а/б Москва – Верона – Москва, трансферы, проживание в отеле пансион, 5 сеансов спа-процедур, мед.страховка, экскурсии

#### Критерии оценки:

	Название турфирмы	Название тура	Стоимость тура	Что входит в стоимость тура	Эконом, средний, люкс	Итого (балл)
Шоп-туры	2	2	2	2	6	14
Экскурсионные туры	2	2	2	2	6	14
Деловой туризм	2	2	2	2	6	14
Спортивный туризм	2	2	2	2	6	14
Паломнический туризм	2	2	2	2	6	14
Образовательный туризм	2	2	2	2	6	14
Лечебный туризм	2	2	2	2	6	14
Пляжный туризм	2	2	2	2	6	14

112 – 95 баллов – «5»

95 – 82 балла – «4»

81 – 68 баллов – «3»

### Свот-анализ туристской фирмы

Формируемые/проверяемые умения	Формируемые/проверяемые знания
Проводить анализ деятельности других туркомпаний; Работать с информационными и справочными материалами	

*Уровень сложности:* 3.

*Время выполнения работы:* 1 час 30 мин.

Провести исследование маркетинговой среды предприятия.

*Последовательность выполнения:*

1. Определить туристскую фирму. Важное условие: необходимо выбрать туристскую фирму, в которой студент проходил практику;
2. проанализировать слабые стороны туристской фирмы;
3. проанализировать сильные стороны туристской фирмы;
4. проанализировать возможности туристской фирмы;
5. проанализировать угрозы работы для туристской фирмы;
6. составление вывода на основе проведенного анализа.

*Требования к оформлению работ:*

Практическая работа оформляется на отдельном листе, должна содержать порядковый номер, название работы, фамилию и имя студентов, номер группы, свот-анализ и выводы на его основе. В каждом пункте свот-анализа должно быть не менее 7 пунктов.

Свот-анализ должен быть представлен в следующем виде:



#### Критерии оценки:

№ п/п	Правильный ответ/ критерии правильности выполнения задания	Количество баллов
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аккуратность выполнения работы</li> <li>• Полнота анализа по заданным критериям</li> </ul>	
1.	Анализ слабых сторон туристской фирмы	2
2.	Анализ сильных сторон туристской фирмы	2
3	Анализ возможностей туристской фирмы	2
4.	Анализ угроз работы туристской фирмы	2
5.	Составление вывода на основе проведенного анализа	2
	<b>ВСЕГО</b>	<b>10</b>

## 7. Список рекомендованной литературы

### Технология и организация туроператорской деятельности

#### Основные источники:

1. **Косолапов, А.Б.** Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2020. — 293 с. — ISBN 978-5-406-07544-9. — URL: <https://book.ru/book/932700>.
2. **Косолапов, А.Б.** Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-406-07342-1.

#### Дополнительные источники:

1. **Быстров, С.А.** Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие / Быстров С.А. — Москва : КноРус, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-406-06198-5. — URL: <https://book.ru/book/927919>.

#### Интернет ресурсы:

1. Газета «ТТГ Russia» - <http://www.ttg-russia.ru>;
2. Журнал «Туризм и отдых»- <http://www.tourist-journal.ru>;
3. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

<http://www.tpnews.ru>;

4. Профессиональный туристический портал- <http://www.tourdom.ru>;
5. Электронная туристическая энциклопедия - [www.tonkosti.ru](http://www.tonkosti.ru);
6. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)

### Маркетинговые технологии в туризме

#### Основные источники:

1. **Беляев, В.И.**

Основы маркетинга сферы услуг : учебник / Беляев В.И., Бугакова М.М., Бугакова Е.В., Пяткова О.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-406-07098-7. — URL: <https://book.ru/book/934313>.

2. **Парамонова, Т.Н.**

Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2018. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06183-1. — URL: <https://book.ru/book/926685>.

#### Дополнительная литература:

1. **Грибов, В.Д.**

Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-04859-7. — URL: <https://book.ru/book/932143>.

## **2. Грибов, В.Д.**

Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06869-4. — URL: <https://book.ru/book/930999>.

### **Интернет ресурсы:**

1. Газета «ТТG Russia» - <http://www.ttg-russia.ru>;
2. Журнал «Туризм и отдых»- <http://www.tourist-journal.ru>;
3. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

<http://www.tpnews.ru>;

4. Профессиональный туристический портал- <http://www.tourdom.ru>;
5. Электронная туристическая энциклопедия - [www.tonkosti.ru](http://www.tonkosti.ru);

Официальный сайт Федерального агентства по туризму [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)