**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ**

**КГАОУ СПО «ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

 

**РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ МДК 01.01 «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА»**

 Специальность 43.02.10 « Туризм»

г. Хабаровск

2014г.

|  |  |
| --- | --- |
| ОДОБРЕНА на заседании ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Председатель ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ФИО)« \_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г. |  УТВЕРЖДАЮ: Заместитель директора по НМР\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.Ю. Третьякова «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г. |

Методическая разработка составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности/профессии

 43.02.10 Туризм

 (код специальности/профессии) (наименование специальности/профессии)

Организация-разработчик:

КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

Разработчики:

Разувакина М.Ю., преподаватель спецдисциплин

(ФИО должность, квалификационная категория)

Заключение методического совета №\_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**Пояснительная записка**

Рабочая тетрадь по дисциплине МДК 01.01 « Технология продаж и продвижения турпродукта» по специальности 100401 «Туризм».

Рабочая тетрадь составлена в соответствии с программой, разработанной на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 100401 «Туризм».

Тетрадь предназначена для организации самостоятельной работы учащихся  на уроке и дома. Структура и содержание системы знаний в тетради соответствуют МДК 01.01 « Технология продаж и продвижения турпродукта»

К задачам рабочей тетради относится обеспечение:

1. качественной оценки степени усвоения темы программы;

2.индивидуального подход к оценке выполненных заданий каждого учащегося;

3.объективности оценки;

4.актуализации познавательной деятельности;

5. внесения корректив в образовательный процесс;

6.возможности проведения мониторинга подготовленности учащихся.

 Рабочая тетрадь включает в себя следующие темы:

1.Технология исследования туристических услуг.

2. Политика цен на турпродукт

3.Формирование турпродукта

4.Продвижение турпродукта

5. Реализация турпродукта

 По результату освоение данного курса, студент приобретает следующие компетенции:

- понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии;

- организацию исследования потребностей клиента;

- анализ турпродукта, этапов продажи, каналов сбыта, поведения покупателя и продавца.

- организация собственной деятельности, способы выполнения профессиональных задач, оценивание их эффективности и качества;

- самоанализ и коррекция результатов собственной работы;

-организация самостоятельных занятий при изучения профессионального модуля;

Целенаправленное использование тетради в учебном процессе способствует не только достижению каждым учащимся обязательного уровня знаний по профессиональному модулю ПМ 01. «Предоставление турагентских услуг»», но поможет формированию общих и профессиональных компетенций.

**Содержание:**

1.Технология исследования туристических услуг.

2. Политика цен на турпродукт

3.Формирование турпродукта

4.Продвижение турпродукта

5. Реализация турпродукта

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

 специальность

43.02.10 «Туризм »

**Тема: «Технология исследования туристических услуг»**

г. Хабаровск

2014г.

**План:**

1. **Рынок туризма. Спрос на туруслуги в России и за рубежом.**
2. **Понятие турпродукта. Оценка его конкурентоспособности.**
3. **Жизненный цикл турпродукта.**

**Цели:** получить знания о структуре и механизмах функционирования рынка туризма, изучить элементы рынка, их значение. Изучить определение турпродукта, его основные свойства, жизненный цикл.

**Студент должен знать:**

-статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;

- основные элементы туристического рынка;

- понятие турпродукта, его свойства , характеристики, конкурентные преимущества, этапы жизненного цикла, методы управления ЖЦТ;

- современное состояние международного, российского и Хабаровского туристического рынка.

**Студент должен уметь:**

- проводить анализ состояния туристического рынка в мире, стране, регионе, городе, выявлять основные тенденции;

- уметь сравнивать турпродукты, определять конкурентные преимущества;

- характеризовать различные этапы жизненного цикла турпродукта, делать выводы.

1. **Рынок туризма**

**Задание 1.** Дайте определение следующим понятиям:

- Туристический рынок

- Производители

- Туристская индустрия

- Туристские ресурсы

- Спрос

- Предложение

**Задание 2**. Составьте схему функционирования туристического рынка, соединив стрелками элементы :

Туристские ресурсы

Турагенты

Туроператоры

Предложение туруслуг

Потребители туруслуг

Спрос

Туристская индустрия

**Задание 3.** Рассмотрите рисунок « Конкурентоспособность регионов мира в области туризма» и ответьте на следующие вопросы:

1. Какие регионы наиболее привлекательны и конкурентоспособны в сфере туризма, а какие менее?
2. Какие причины, на ваш взгляд, способствуют этому?
3. Какие страны являются лидерами международного туризма?



 **Задание 4.** Проанализируйте данные таблиц 1 и 2 . Охарактеризуйте туристический рынок Хабаровского края в 2012-2013 гг, ответив на следующие вопросы:

1. Какой вид туризма преобладает в крае в настоящее время?
2. В каких направлениях предпочитают путешествовать жители Хабаровского края?
3. Предположите виды туризма, наиболее популярные в этих направлениях .
4. Предположите причины, влияющие на современное состояние туристического рынка Хабаровского края
5. Проследите динамику выездного потока в Хабаровском крае в 2012-2013гг, сделайте соответствующие выводы.

Таблица 1.Общий туристский поток Хабаровского края в 2012-2013 годах

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Виды туризма** | **2012 год** | **2013 год (оценка)** | **2013 к 2012, %** |
| **Кол-во** | **Уд. вес, %** | **Кол-во** | **Уд. вес, %** |
| 1 | Въезд российских посетителей в Хабаровский край | 487,18 | 60,87 | 415,00\* | 57,99 | 85,18 |
| 2 | Въезд иностранных посетителей в Хабаровский край | 16,68 | 2,08 | 17,50 | 2,45 | 104,92 |
| 3 | Выезд российских туристов за рубеж | 296,50 | 37,05 | 283,10\* | 39,56 | 95,48 |
| **4** | **Итого** | **800,36** | **100,00** | **715,60\*** | **100,00** | **89,41** |

Таблица 2. Динамика  выездного туристского потока Хабаровского края в 2012-2013 годах
(по основным странам выезда)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выезд российских граждан за рубеж** | **2012 год** | **Удельный вес, %** | **2013 год** | **Удельный вес, %** | **2013 к 2012, %** |
| **Всего:** | **296,50** | **100,00** | **283,10\*** | **100,00** | **95,48** |
| - в т.ч. в КНР | 192,52 | 64,93 | 154,67\* | 54,63 | 80,34 |
| - в т.ч. в Японию | 4,62 | 1,56 | 8,38 | 2,96 | 181,39 |
| - в т.ч. в Р. Корея | 7,90 | 2,66 | 6,95 | 2,45 | 87,97 |
| - в т.ч. в Королевство Таиланд | 58,24 | 19,64 | 71,41 | 25,22 | 122,61 |
| - в т.ч. в Турцию | 2,34 | 0,79 | 2,71 | 0,96 | 115,81 |
| - в т.ч. в Испанию | 2,29 | 0,77 | 2,80 | 0,99 | 122,27 |
| - в т.ч. в Социалистическую Республику Вьетнам | 9,30 | 3,14 | 9,57 | 3,38 | 102,90 |
| - в т.ч. в Гонконг | 3,80 | 1,28 | 10,04 | 3,55 | в 2,6 раза |
| - в т.ч. в США | 0,58 | 0,20 | 8,20 | 2,90 | в 14,1 раз |
| - в прочие страны | 14,92 | 5,03 | 8,37 | 2,96 | 56,10 |

1. **Понятие турпродукт. Конкурентоспособность турпродукта.**

 **Задание1. Дополните схему:**

Турпродукт

Турпакет

 **Задание 2.** Назовите виды туров:

- тур, включающий услуги по выбору клиента-….

- тур, предусматривающий « жесткий» набор услуг-…..

- тур, организующийся за счет средств спонсора-….

 **Задание 3.** Дайте определение туруслуги и турпродукта**.** Напишите отличия этих понятий.

**Задание 4.** Какие из нижеперечисленных характеристик могут являться конкурентным преимуществом турпродукта, а какие – турфирмы?

- меньшая стоимость тура

- уникальности услуг

- большое количество дополнительных услуг

-удачное месторасположение офиса

- высокий профессионализм сотрудников

- удобный маршрут тура

- приятный интерьер офиса

- большое количество наглядных, рекламно-информационных материалов

-необычный вид туризма или используемого транспорта

- использование современных методов обслуживания?

**Задание 5**. Какие требования являются обязательными к качеству турпродукта?

**Задание 6.** Заполните таблицу, объяснив термины, определяющие потребительские свойства турпродукта

|  |  |
| --- | --- |
| **Свойство** | **Объяснение** |
| обоснованность |  |
| надежность |  |
| эффективность |  |
| целостность |  |
| полезность |  |
| простота в эксплуатации |  |
| ясность |  |
| гибкость |  |

**Задание 7.** Изучите таблицу, выберите компанию, которая предлагает наиболее конкурентоспособный , на ваш взгляд, продукт. Определите конкурентные преимущества, обоснуйте свой выбор.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Направление** | **Компания А** | **Компания Б** | **Компания В** |
| Япония | Предлагает пэкидж- туры ,экскурсионные и лечебные туры на 5,7,10 дней в различные города. В программу входит проживание в отеле 4-5\*, питание -завтрак, 3-4 экскурсии, трансфер. Стоимость от 60.000 руб | Предлагает лечебные, горнолыжные. образовательные и экскурсионные туры до 15 дней**.** Проживание в отеле 3,4\*, питание –завтрак, полупансион.Стоимость от 50.000 руб | Предлагает экскурсионные туры в Токио, Осаку, Йокогаму, Киото. В программу входит проживание в отелях 3-5\*, питание- завтрак, трансфер, экскурсии по выбору. Стоимость от 70.000 руб |

**3.Жизненный цикл турпродукта**

 **Задание 1**. Назовите и охарактеризуйте каждую стадию жизненного цикла турпродукта

 **3**

 **2**

 **4**

**1**

 **Задание 2.** Проанализируйте деятельность туркомпании « ХХХ» за последние 2 года . Определите жизненный цикл различный туров

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Направление | Продолжительность существования на рынке | Число проданных путевок | Этап жизненного цикла |
| Китай экскурсионный тур | 10 лет | 1-ый год | 2-ой год |  |
| 115 | 70 |
| Таиланд – пляжный тур | 5 лет | 208 | 224 |  |
| Мексика – экзотик-тур | 1 год | 2 | 3 |  |
| Франция- винный тур | 1 год | 4 | 5 |  |
| Израиль- паломнический тур | 2 года | 10 | 21 |  |

 **Задание 3**. Напишите известные вам способы управления жизненным циклом турпродукта

**Итоговый тест по теме «Технология исследования туристических услуг»**

1. Производителями на туристическом рынке не являются :

А) турагенты

Б) туроператоры

В) предприятия туриндустрии

 2. Количество товаров и услуг, которое желают приобрести покупатели:

 А) предложение

 Б) спрос

 В) туристский ресурс

 3. На российском туристическом рынке преобладает :

 А) внутренний туризм

 Б) въездной туризм

 В) выездной туризм

 4. Единицей туристского продукта является:

 А) турпакет

 Б) турмаршрут

 В) тур

5. Основной комплекс туристических услуг , состоящий из 4 элементов: туристский центр, транспорт, услуг размещения и трансфера- это:

 А) турпродукт

 Б) турпакет

 В) туруслуга

 6. Показатель , отражающий отличия данной туруслуги от аналогичных услуг конкурента- это:

 А) обоснованность туруслуги

 Б) характеристика туруслуги

 В) конкурентоспособность

7. Стадия жизненного цикла турпродукта, характеризующаяся замедлением роста сбыта турпродукта и его стабилизация – это:

 А) стадия внедрения

 Б) стадия зрелости

 В) стадия спада

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

 Специальность

 43.02.10 « Туризм»

**Тема: «Политика цен на туристические продукты»**

 г. Хабаровск

2014г.

**План:**

1. **Формирование цен на турпродукт. Виды цен**
2. **Основные этапы ценообразования турпродукта. Факторы, влияющие на цены туруслуг.**
3. **Выбор метода ценообразования турпродукта.**

**Цели:** усвоить методы ценообразования турпродукта и способы расчета стоимости турпакета

**Студент должен знать:**

**-** основные элементы цены ;

- виды цен в туризме;

- методы и этапы ценообразования;

- методы снижения себестоимости туруслуг.

**Студент должен уметь:**

- производить калькуляцию тура.

**1.Формирование цен на турпродукт. Виды цен**

**Задание 1**. Составьте формулу цены турпродукта из следующий составляющих :

 Ц- цена турпродукта

 С- себестоимость турпродукта

 Н – налоги

 Ск- скидки

 П- прибыль

 Ч- количество туристов

 К- количество сопровождающих

 Км- комиссионное вознаграждение

**Задание 2.** Подпишите схему:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Себестоимость товаров и сырья | Текущие расходы наПроизводство, реализацию, организацию потребления услуг туризма  | Косвенные налоги | Прибыль туроператора | Скидки для отдельных групп потребителей | Комиссионное вознаграждение в пользу турагента |

 ?

 ?

**Задание 3.** Объясните термины

Цена

Себестоимость

Нетто-цена

Брутто-цена

Дискриминационная цена

Справочная цена

Базисная цена

1. **Основные этапы ценообразования турпродукта. Факторы, влияющие на цены туруслуг.**
2. **Выбор метода ценообразования турпродукта**

**Задание 1**. Кратко опишите методы ценообразования в туризме:

- затратный

- конкурентный

- рыночный ( ориентированный на спрос)

**Задание 2.Ответьте на вопросы:**

1. Какие факторы определяют уровень и динамику цен на туруслуги?
2. Каковы пути снижения себестоимости турпродукта?
3. Какие скидки и надбавки используются про формировании цен на турпродукт?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Задание 3.** Выполните расчет стоимости тура по имеющимся данным**:**

**Тур в Хорватию « Солнечная Адриатика»**

Авиаперелет Москва-Пула-Москва – 29000р/чел

Страхование туристов – 169 руб/чел

Оформление визы- 6000 руб/чел

Проживание + питание( отель Belvedere 3\*) – 6417 руб/чел/ сутки

Экскурсионное обслуживание – 3795 руб/чел/ весь тур

Аренда автобуса 23943 руб/за тур/ на группу

Прибыль турфирмы 10%

Рассчитайте стоимость тура 8 дней/ 7 ночей из Москвы на группу 40 человек. Чему равна стоимость тура для одного туриста?

**Итоговый тест по теме « Политика цен на туристические продукты»**

1. Стоимость турпродукта определяет :

А) турагент

Б) туроператор

В) поставщик туруслуг

 2. Цена турпродукта без стоимости комиссионного вознаграждения- это:

 А) нетто-цена

 Б) брутто- цена

 В) дискриминационная цена

 3. Сумма всех затрат на производство и реализацию турпродукта- это:

 А) себестоимость

 Б) рентабельность

 В) прибыль

1. К методам ценообразования в туризме не относится:

 А) затратный

 Б) рыночно-ориентированный

 В) маркетинговый

1. Способом снижения себестоимости не является:

А) увеличение объема продаж

Б) увеличение ассортимента услуг

В) увеличение расходов на рекламу

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

 Специальность

43.02.10 « Туризм»

**Тема: «Формирование турпродукта»**

 г. Хабаровск

2014г.

**План:**

1. **Разработка замысла турпродукта**
2. **Проектирование турпродукта**
3. **Экспериментальная проверка турпродукта**

**Цели:** изучить этапы формирования туристического продукта и правила оформления технологической документации тура

**Студент должен знать:**

- основные этапы формирования турпродукта, их особенности;

- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;

- технологии разработки , проектирования и проверки идеального и оптимального турпродукта;

- нормативно-правовую документацию, государственные стандарты , регламентирующие туристско-экскурсионное обслуживание.

**Студент должен уметь:**

- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящими в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;

- использовать теоретические знания этапов формирования турпродукта на практике;

- заполнять технологическую документацию при создании нового тура.

**1.Разработка замысла турпродукта**

**Задание 1**. Назовите уровни турпродукта

2

 -

 -

 -

**Задание 2.** По примерам определите исходные данные турпродукта: тип, вид туризма, дестинацию, целевой сегмент, цели тура, класс обслуживания.

А) « Винный тур во Францию»

Б) « Петроглифы Сикачи-Аляна»

В) « Золотые купола Хабаровска»

Г) « Все краски Японии»

**Задание 3. ( для домашней самостоятельной подготовки)**

Изучите туристские ресурсы одной из дестинаций, опишите их, заполнив таблицу:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Регион | Ресурсы | Примеры |
|  | 1. Социо-культурные
2. Исторические
3. Архитектурные
4. Природно-климатические
5. Археологические
 |  |

 Примеры регионов:

 - Камчатская область

- Тверская область

- Алтайский край

- Сахалинская область

- Свердловская область

- Бурятия

- Ленинградская область

- Приморский край

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

- образовательный тур

- деловой тур

- лечебно-оздоровительный тур

- событийный тур

- экологический тур

- деревенский тур

**2. Проектирование турпродукта**

**Задание 1.** Сопоставьте определения:

|  |  |
| --- | --- |
| Туристские ресурсы | Турпродукт с конкретной целью на базе определенной дестинации |
| Общий турпродукт | Тур, содержащий все категории услуг, требуемые для удовлетворения потребностей клиента |
| Частный турпродукт | Тур, достаточно привлекательный для туриста и выгодный для производителя |
| Базовая услуга | Совокупность всех услуг дестинации |
| Идеальный турпродукт | Природные, социо-культурные, исторические объекты, служащие для удовлетворения потребностей туриста |
| Оптимальный турпродукт | Основная услуга, обеспечивающая выполнение целей тура |

**Задание 2**. Распределите туристские ресурсы по группам:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Природные | Социо-культурные | Историко-археологические | Архитектурные | Культовые |
|  |  |  |  |  |

Озеро Байкал

Амурский мост

Московский Кремль

Дворцовая площадь Санкт-Петербурга

«Ясная поляна»

Пирамиды Египта

Храм Христа Спасителя

Стена Плача в Иерусалиме

Большехехцирский заповедник

Храм Изумрудного Будды в Бангкоке

Кижи

Шантарский архипелаг

**Задание 3**. Расставьте этапы формирования турпродукта в нужном порядке

- разработка турпродукта

- изучение ресурсов

- отбор идей

- испытание турпродукта

- замысел турпродукта

- разработка методов продвижения

- коммерческая реализация

- формирование идей

**Задание 4.** **( для домашней самостоятельной подготовки)**

Предложите виды туров, возможных в данных регионах, опираясь на имеющуюся в них ресурсную базу:

- Подмосковная область

- Амурская область

- Новгородская область

- Новосибирская область

- республика Алтай

- республика Осетия

**Задание 5.** Составьте информационный листок по турам из задания 4.

**3.Технологическая документация тура. Экспериментальная проверка тура**

**Задание 1.**Сопоставьте:

|  |  |
| --- | --- |
| [ГОСТ Р 50644-2009](http://docs.cntd.ru/document/1200077653) | Туристские услуги. Общие требования |
| [ГОСТ Р 53522-2009](http://docs.cntd.ru/document/1200077638) | Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов |
| [ГОСТ Р 53997-2010](http://docs.cntd.ru/document/1200083947)  | Туристские услуги .Проектирование туристских услуг |
| [ГОСТ Р 50690-2000](http://docs.cntd.ru/document/1200025205)  | Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения |
| ГОСТ 50681-2010 | Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования |

**Задание 2**. Какая технологическая документация оформляется при создании тура- выберите правильные ответы:

1. Турпутевка
2. Информационный листок
3. Туристский ваучер
4. Договор с поставщиками
5. Технологическая карта
6. График загрузки турпредприятия
7. Лист бронирования

**Задание 3**. Заполните таблицу « Сходства и различия инфо-туров и рекламных туров»

|  |  |
| --- | --- |
| Инфо-тур | Рекламный тур |
| Сходство |
| Различия |

**Итоговый тест по теме « Формирование турпродукта»**

1. Начальным этапом формирования турпродукта является:

А) генерирование идей

Б) разработка замысла турпродукта

В) изучение туристских ресурсов

 2.К туристским ресурсам не относятся:

А) культовые

Б) биологические

В) социо- культурные

 3. Базовой услуги при организации делового тура будет:

 А) экскурсионное обслуживание

 Б) услуга размещения

 В) бизнес-услуги

 4. Обязательным документом при создании тура является:

 А) туристский ваучер

 Б) технологическая карта тура

 В) договор о реализации тура

 5. Ознакомительная поездка для работников туристической сферы или представителей СМИ в любую страну мира, которую организовывают туроператоры- это

 А) рекламный ( инфо) тур

 Б) стади-тур

 В) экспериментальная проверка тура

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

 Специальность

43.02.10 « Туризм»

**Тема: «Продвижение турпродукта»**

 г. Хабаровск

2014г.

**План:**

|  |
| --- |
| 1. **Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта**
 |
| 1. **Реклама как основа продвижения турпродукта**
 |
|

|  |
| --- |
| 1. **Связи с общественностью в комплексе мероприятий**

**по продвижению турпродукта**1. **Личные продажи турпродукта**
 |

 |

**Цели:** Изучить комплекс маркетинговых коммуникаций, использующийся при продвижении туристического продукта на рынок.

**Студент должен знать:**

- различные виды рекламных и нерекламных способов продвижения;

- целесообразность применения того или иного способа продвижения.

**Студент должен уметь:**

- составлять рекламные объявления, обращения;

- применять на практике методику личных продаж;

- разрабатывать способы стимулирования сбыта и PR- мероприятия для продвижения турпродукта или туркомпании;

- прогнозировать эффективность различных способов продвижения.

1. **Комплекс маркетинговых коммуникаций.**

**Задание 1**. Соотнесите изображение с данным способом продвижения

Комплекс маркетинговых коммуникаций включает в себя:

 Личные продажи

  Пропаганда ( PR)  Реклама

 Стимулирование сбыта

**Задание 2.**Выберите из списка существующие функции маркетинга и опишите их:

А) информативные

Б) аналитико-оценочные

В) стратегические

Г) тактические

Д) регулирующие

Е) ценообразовательные

Ж) исполнительные

З) внешнеэкономические

И) посреднические

1. **Реклама**

**Задание 3.** Объясните термины**:**

Средства рекламы

Каналы распространения рекламы

Рекламное обращение

Рекламный слоган

Рекламная кампания

Рекламодатель

**Задание 4**. Соотнесите средства рекламы и примеры:

|  |  |
| --- | --- |
| Акустические | видеопрезентация нового тура |
| Графические | радиореклама |
| Декоративные | Ручка с логотипом туркомпании |
| Предметные | Рекламный баннер |
| Визуально-зрелищные | Объявление в газете |
|  | реклама на транспортном средстве( автобусе) |
|  | «всплывающее окно» |
|  |  |

**Задание 5**. На кого может быть направлено стимулирование сбыта турпродукта? Какие методы используются при каждом из перечисленных способов?

1. **Связи с общественностью**

**Задание 6.** Почему пропаганда ( PR) является нерекламным методом продвижения? Какие варианты PR- мероприятий вам известны?

1. **Личные продажи**

**Задание 7.** Распределите по порядку этапы процесса личной продажи:

-Прием клиента , установление контакта

- Осуществление продажи

- Преодоление возможных возражений

- Выявление потребностей клиента

- Представление турпродукта

- Последующий контакт продавца и клиента

**Задание 8.** Выполните творческое задание

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 9. Обсудите в группах и предложите ответ в устной форме:**

1. Какие личностные и профессиональные качества необходимы менеджеру туркомпании для осуществления успешных продаж
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 9.** Для самостоятельной работы: Проведите сравнительный анализ сайтов нескольких туркомпаний г. Хабаровска. Выявите сильные и слабые стороны сайта, заполнив таблицу.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туристическая компания | Внешнее оформление сайта | Информативность | Возможность обратной связи | Возможность онлайн-бронирования | Полезная дополнительная информация для туристов | Ваши предложения по улучшению работы сайта |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Задание 10.** Творческое домашнее задание

1**.**Придумайте название вашей туркомпании.

2.Разработайте логотип туркомпании для выставочного стенда

3.Продумайте образец визитной карточки вашей туркомпании

**Итоговый тест по теме « Формирование турпродукта»**

1.Основная функция рекламы- это

 А) продажа турпродукта

 Б) стимулирование сбыта

 В) информирование потенциальных потребителей о достоинствах турпродукта или турфирмы

2.Установление прогрессивной комиссии является методом стимулирования :

 А) сотрудников турфирмы

 Б) торговых посредников

 В) клиентов

3.Презентация является методом :

 А) PR- акции

 Б) стимулирования сбыта

 В) личной продажи

4. К какому типу маркетинговых коммуникаций относятся туристские бонусы:

 А) реклама

 Б) личные продажи

 В) стимулирование сбыта

5.Реклама, направленная на привлечение интереса туристов к определенному региону, стране, городу:

 А) реклама на макроуровне

 Б) реклама на микроуровне

 В) имиджевая

6. Этапом личных продаж не является:

 А) выявление потребностей клиента

 Б) представление турпродукта

 В) анализ претензий

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ КГАОУ СПО «Хабаровский технологический колледж»

 Специальность

43.02.10 « Туризм»

**Тема: «Реализация турпродукта»**

 г. Хабаровск

2014г.

**План:**

|  |
| --- |
| 1. **Каналы сбыта турпродукта**
 |
| 1. **Исполнение, изменение, прекращение договора**

**о реализации туристского продукта** |
| 1. **Ответственность сторон по договору реализации**

**туристского продукта** |

**Цели:** Изучить правила оказания туруслуг в Российской Федерации, договорные отношения между турфирмой и туристом, ответственность сторон.

**Студент должен знать:**

- правила оказания туруслуг в РФ

- нормативно-правовую базу процесса реализации турпродукта;

- права, обязанности и ответственность туркомпании и туриста

**Студент должен уметь:**

- анализировать каналы сбыта турпродукта;

- информировать туриста и его правах и обязанностях

- оформлять пакет документов для туриста

**1.Каналы сбыта турпродукта**

**Задание 1**. Определите к какому каналу относятся перечисленные ниже способы продажи. Опишите преимущества этого канала сбыта

- заказы по почте;

- продажи по телефону;

- продажи по каталогу;

- личные продажи;

- собственная розничная сеть;

- глобальные компьютерные системы резервирования, Интернет.

**Задание 2.**

Изобразите схему одноуровневого и двухуровневого каналов сбыта.

**Задание 3. Заполните таблицу « Преимущества и недостатки прямой и косвенной схемы работы туроператора»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Схема работы** |  **Преимущества** |  **Недостатки** |
|  | **Для туроператоров** | **Для турагентов** | **Для туроператоров** | **Для турагентов** |
| **Прямая** |  |  |  |  |
| **Косвенная** |  |  |  |  |

**Задание 4**

Дайте определение терминам:

Канал сбыта-

Кредитоспособность-

Дееспособность-

Правоспособность-

**2**.**Исполнение, изменение, прекращение договора о реализации туристского продукта**

Ознакомьтесь с Постановлением Правительства РФ № 452 от 18.07.2007 « Правила оказания услуг по реализации турпродукта» и подготовьте ответы на следующие вопросы:

1. Какие требования предъявляются к организации деятельности исполнителя ( турфирмы)?
2. Какую информацию о турпродукте исполнитель обязан предоставить потребителю?
3. Что является доказательством взаимоотношений между исполнителем и потребителем?
4. Каковы существенные условия договора?
5. Каковы обязанности потребителя и исполнителя по договору?
6. По каким причинам турист вправе расторгнуть договор и вернуть стоимость путевки?
7. Что относится к существенным изменениям обстоятельств , по которым обе стороны вправе изменить договор?
8. Каков порядок предъявления претензий по договору о реализации турпродукта?
9. В чем заключается ответственность исполнителя и потребителя по договору?

|  |
| --- |
| **3.Ответственность сторон по договору реализации** **туристского продукта****Разберите в группах следующие ситуации и ответьте на вопросы:**Имеет ли право турист в данных ситуациях на возврат своих расходов по оплате туристского продукта или непредоставленных услуг? За чей счет и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть?Какие нормативные документы регулируют ответственность сторон в такой ситуации**Кейс- задачи** |

1. Туристами был приобретен туристский продукт следующего состава: внутренний и международный авиаперелеты, морской круиз, наземная экскурсионная программа, оформление виз. За 3 дня до начала тура у туристов заболел ребенок, причем лечащий врач дал заключение о невозможности авиаперелета и госпитализировал ребенка. При заключении договора на реализацию турпродукта туристы приобрели страховку от невыезда.
2. Туристы приобрели экскурсионный тур в Европу в страну Шенгенского соглашения. За 3 дня до начала поездки туроператор проинформировал турагентство о том, что туристам отказано в визе. При заключении договора на реализацию турпродукта туристы приобрели страховку от невыезда.
3. Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет.
4. Туристы приобрели турпродукт с размещением в стандартном номере в отеле 4\*. При заселении в отель туристы были поставлены в известность сотрудником отеля о том, что свободных стандартных номеров нет, и их смогут разместить только в номере «студия» при условии доплаты туристами 1000 евро. Туристы согласились на доплату и были размещены. По возвращении туристы предъявили претензию в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов, а также морального вреда в размере 500 евро.
5. Турист приобрел туристский продукт в составе: международный авиаперелет, наземное обслуживание. При оформлении на рейс в аэропорту турист был проинформирован сотрудником пограничной службы о том, что он не может покинуть пределы Российской Федерации, так как он включен в список должников по выплате алиментов, по которым вынесено решение суда.

**Ответы на итоговые тесты**

**Тема1**. 1а 2б 3в 4а 5а 6в 7б

**Тема 2.** 1б 2а 3а 4в 5в

**Тема 3**. 1а 2б 3в 4б 5а

**Тема 4.** 1в 2б 3а,в 4в 5а 6в