

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»


**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА**

Специальность 43.02.10, Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму

Кафедра Медиакоммуникаций и туризма

Кострома, 2019 г.

Разработал:  Васильева М.А., ст преподаватель
подпись

Рабочая программа учебной дисциплины «Технология продаж и продвижения турпродуктов» разработана:

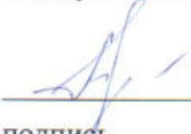
- 1) - на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО), утвержденного 07.05.2014 приказ №474, учебного плана базовой подготовки, основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ.
- 2) - в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ, утвержденным ректором 04.06.2019, год начала подготовки 2019.

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма

Протокол заседания кафедры № 6 от 28.03.2019.

Заведующий кафедрой


_____ Беļакова Е.Н., к.филол.н, доцент
подпись

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры

Протокол заседания кафедры № ____ от _____.

Заведующий кафедрой

подпись

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры

Протокол заседания кафедры № ____ от _____.

Заведующий кафедрой

подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА ».....	
1.1. Область применения программы.....	
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	
1.3. Цели и задачи дисциплины	
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины.....	
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	
2.3. Содержание разделов учебной дисциплины.....	
2.4. Перечень практических занятий по дисциплине.....	
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	
3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению.....	
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Технология продаж и продвижения турпродукта»

1.1. Область применения рабочей программы.

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10. Туризм (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Дисциплина входит в модуль «Предоставление турагентских услуг», который состоит из двух дисциплин: «Технология и продаж и продвижение турпродуктов» и «Технология и организация турагентской деятельности». Модуль изучается параллельно с модулем «Предоставление туроператорских услуг».

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

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

Задачи дисциплины:

иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей заказчика и подбора оптимального туристского продукта;
- проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентаций продукта
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению продукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск оптимальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранных языках их разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоезках организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;

- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта(договоры, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланков строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителей;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и тур.продуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию

Содержание дисциплины ориентировано на овладение компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации

ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах
ПК1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
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, необходимых для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использование информационно-коммуникативных технологий в проф. деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, брать на себя ответственность, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно выполнять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в проф. деятельности

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося 120 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часа;
- самостоятельной работы учащегося 28 часов, в том числе 12 консультации.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	120
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
в том числе:	
Теоретическое обучение (лекции)	40
Практическая работа (семинары)	40
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	
в том числе подготовка:	28
<i>К письменным контрольным работам</i>	14
<i>К практическим занятиям</i>	14
<i>Консультации</i>	12
<i>Итоговый контроль</i>	<i>Диффер. Зачет Другие формы контроля</i>

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины Технология продаж и продвижения турпродукта

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.	Максим. учебная нагрузка студента,	Объем часов					Уровень освоения
			Всего	Лекции	Лабораторные	Практические	Самостоятельная	
Раздел 1	Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс							
Тема 1.1	Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей			6		6	2	1
Раздел 2	Этапы совершения покупки							
Тема 2.1	Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг			4		4	2	2
Тема 2.2	Мотивация покупок			4		4	2	2
Тема 2.3	Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг			4		4	2	2
Раздел 3	Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.							

Тема 3.1	Этапы презентации товаров и услуг			4		4	4		1
Раздел 4	Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг								
Тема 4.1	Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов			4		4	4		2
Тема 4.2	Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг			4		4	4		1
Раздел 5	Офисная технология - как основа технологии продаж								
Тема 5.1	Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии			4		4	4		3
Тема 5.2	Технологическая документация сопровождения продаж			6		6	4		3
Семестровый контроль Другие формы контроля									
Итоговый контроль Диффер. зачет									
Консультации		12							
Всего за семестр:		120		40		40	28		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Организация внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа по изучаемой дисциплине осуществляется в соответствии с тематическим планом.

Преподаватель осуществляет организацию самостоятельной работы в соответствии с Положением об организации внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся при реализации программ среднего профессионального образования.

При проведении аудиторных занятий в течение семестра преподаватель выдает задания для самостоятельной работы в соответствии с тематическим планом работы. Вопросы для подготовки к текущему контролю, контрольным работам, коллоквиумам, темы рефератов, докладов указаны в фонде оценочных средств по изучаемой дисциплине.

2.3. Содержание учебной дисциплины

1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс

1.1. Продажа как процесс удовлетворения потребностей потребителей.

Определение понятия продаж. Типы и виды продаж; активные и пассивные; прямые и непрямые; личные и безличные; B2B и B2C продажи; конвейерные, двухактовые, коробочные и другие продажи. Отличительные характеристики продажи товаров и услуг. Реализация услуг туристской индустрии

2. Этапы совершения покупки

2.1. Создание инструментов диагностики потребности потребителей туристских услуг

2.2. Мотивация покупок. Воронка продаж.

Психологические модели потребительских мотиваций. Функции участников каналов распределения. Управление потоками услуг-контрагентов

2.3. Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг Существующие способы ведения продаж. Классическая и коучинговая модели.

Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг

3. Презентация. Продажи на выставках. Продажи через интернет. Продажи по телефону.

3.1. Этапы презентации товаров и услуг

Свойства товара. Превращение свойства товара в выгоду покупателя. Особенности этапов продаж.

Продажи товара и услуг на российских и международных выставках. Особенности интернет-продаж, он-лайн бронирование. Ведение телефонных переговоров при продажах.

4. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка

туристских услуг

4.1. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов.

Переговорный процесс. Публичная оферта. Составление договоров. Рассылка прайс-листов.

4.2. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг, определение понятия. Особенности франшизы услуг. Сложные технологии и длительные затраты при франшизах. Рынок франчайзинга в туризме.

5.Офисная технология - как основа технологии продаж

5.1. Основы психотехнологии продаж услуг в туристской индустрии. Организация каналов сбыта. Офисы турагентов. Основные психотехники продаж в туризме. Виды и типы клиентов. 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.

5.2.Технологическая документация сопровождения продаж.

Функция оплаты туристского продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.

2.4 ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Название практической работы (семинара)
1	Деловая игра на тему: «Трехэтапная презентация товара»
2	Задание. Описать алгоритм обслуживания клиента в офисе турагента
3	Творческое задание.: Составить сценарий продажи любого товара или услуги
4	Задание. Охарактеризовать туристский продукт и уровни услуг продукта
5	Задание Составить пример турпродукта на тему «Путешествие в Крым»
6	Деловая (ролевая) игра «Четыре стены»
7	Кейс-Задание . Работа отельного гида по продаже экскурсий
8	Задание . Телефонные переговоры с клиентами фирмы. Описание ситуации.
9	Задание. Подготовить «Холодный звонок в турагентство»

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Наличие специально оборудованной аудитории:

Лаборатория	Обеспечение (м/т):
-------------	--------------------

Для реализации профессионального модуля кафедра социально-культурного сервиса и туризма располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ, практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Кафедра располагает 2 учебными кабинетами:

Лекционной аудиторией, оборудованной мультимедийным проектором В1. 43, и аудиторией для практических занятий В1-20.

На кафедре создана и функционирует лаборатория по туризму.

Оборудование лаборатории по туризму:

- ПЭВМ;
- Ноутбук
- сканер;
- копировальный аппарат Canon;
- факс;
- мультимедийный проектор (переносной);
- телевизор Samsung;
- видеомэгагнитофон Samsung;
- магнитола PANASONIK;
- видеокамера PANASONIK NV GS11;
- фотоаппарат Olympus;
- фотоаппарат Nikon;
- диктофон;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации:

- комплект CD-дисков (ценовые приложения, информация по странам, дисциплинам специальности, реклама);

- рекламные проспекты, буклеты, профессиональные журналы (в том числе на иностранных языках);

- комплект фильмов;

- комплект материалов туристских выставок (в частности турпакеты различных турфирм по разным направлениям);

- комплект слайд-фильмов;

- комплект материалов курсового и дипломного проектирования;

- комплект наглядных пособий (портфели экскурсовода, тексты экскурсий, методические разработки, региональные и муниципальные программы).

Лицензионное программное обеспечение:

LibreOffice GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики, которые рекомендуется проводить концентрированно в несколько этапов.

3.2. Информационное обеспечение обучения:

Основная литература:

1	Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — (Высшее образование:	
---	--	--

	Бакалавриат). — http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=765602 www.dx.doi.org/10.12737/24346	
2	Менеджмент в туристской индустрии: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-9558-0480-4 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=536346	
3	Коноплев, Сергей Петрович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / Коноплев Сергей Петрович, В. С. Коноплева. - Москва : Инфра-М, 2010. - 304 с.: рис. - (Высш. образование). - УМО. - ОПД. - осн. - ISBN 978-5-16-003407-2 : 270.12. 25	25
4	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00. 9 Допущено УМО России	9

Дополнительная литература:

1	Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006294-5, 500 экз. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369961	
2	Ключников, А.В. Менеджмент туризма : учебник / А.В. Ключников ; Российская международная академия туризма. - Москва : , 2009. - 228 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9718-0372-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258142	
3	Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие : допущено УМО / В. М. Кондрашов ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. - М. : Вузовский учебник, 2007. - 279 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 130.00.	1

Базы данных, Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Официальный портал «Ростуризм»

1.1. Сведения о туроператорах, содержащиеся в едином федеральном реестре туроператоров [Электронный ресурс] // Внутренний туризм. – Режим доступа : http://www.turizm.ru/tourism_low/firms_reestr/6581.

2. справочная система «Консультант Плюс»

2.2. Распоряжение Правительства РФ от 17. 11. 2008 г. N 1662-р (ред. от 08. 08. 2009г.) О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90601/?frame=1#p28

2.3. Постановление Правительства РФ от 02. 08. 2011г. N 644 (ред. от 18. 02. 2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159508/

2.4. Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4.10. 1996 г. –№ 132: в ред. Федерального закона от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ.

[Электронный ресурс] // Консультант Плюс – Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru>

2.4. Об утверждении государственной программы «Развитие культуры и туризма Костромской области на 2014-2020 годы» (с изменениями на 30 октября 2017 года). [Электронный ресурс] //

Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460290926>

3. ГОСТ Р 50644 – 2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>
4. ГОСТ Р 50681 – 2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. [Электронный ресурс]// Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>
5. ГОСТ Р 54604 – 2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. [Электронный ресурс] // Техэкспер. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/120008321>
7. Тонкости туризма. [Электронный ресурс]//Тонкости туризма – Режим доступа: <https://tonkosti.ru/>
8. Туризм. [Электронный ресурс]//Туризм – Режим доступа: <http://www.turizm.ru/>
9. Турдом. [Электронный ресурс]//Турдом –Режим доступа: <https://www.tourdom.ru/>
10. Персональный гид туризма. [Электронный ресурс]//Персональный гид туризма? –Режим доступа: <https://www.personalguide.ru/>
11. Туринфо. [Электронный ресурс]//Туринфо – Режим доступа: <http://tourinfo.ru/>
12. Электронный помощник турагента. Тонкости продаж. [Электронный ресурс]//Тонкости.ру – Режим доступа: <https://pro.tonkosti.ru/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Университетская библиотека online».
3. ЭБС «Znanium».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения учащимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь: <ul style="list-style-type: none">- определять и анализировать потребности заказчика;- выбирать оптимальный туристский продукт;- осуществлять поиск оптимальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранных языках их разных источников (печатных, электронных);- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;- взаимодействовать с потребителями и	<i>Текущий контроль:(устный опрос; тестирование по вопросам темы; коллоквиум; контрольная работа по темам</i>

туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;

- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;

- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездах организуемых туроператорами;

- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;

- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;

- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;

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

- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;

- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта(договоры, заявки);

- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;

- принимать денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланков строгой отчетности;

- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;

- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;

- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителей;

- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;

- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;

- методы поиска, анализа и формирования баз

<p>актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии использования базы данных; - статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры; - особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и тур.продуктов; - основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме; - виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; - характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; - правила оформления деловой документации; - правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; - перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; - перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; - требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; - информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию 	
<p><i>Итоговый контроль:</i></p>	<p><i>др. формы контроля (тестирование)</i></p>