

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Маркетинг»
протокол № 5 от 10.12.2015 г.
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
для организации самостоятельной работы, практических (семинарских)
занятий, выполнения и защиты курсовых работ студентов по дисциплине
ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

Специальность – **43.02.10 Туризм**
Форма обучения: очная/заочная

Автор(ы):

к.э.н. Левчук В.В. _____

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Ростов-на-Дону
2017 г.

Тема 1.

Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме

Задания для практического занятия.

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

Задания для самостоятельной работы.

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

Тема 2.

Формирование турпродукта

Задания для практического занятия.

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

Задания для самостоятельной работы.

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

Тема 3.

Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж

Задания для практического занятия.

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

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

Задания для самостоятельной работы.

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

Тема 4.

Технология продаж турпродукта

Задания для практического занятия.

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

Задания для самостоятельной работы.

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

Примерная тематика курсовых работ:

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

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

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

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

Выполнение курсовой работы направлены на достижение следующих целей:

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

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

- умение выделить проблему и определить методы ее решения;

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

Организация выполнения курсовой работы

Обучающимся предоставляется право свободного выбора темы из предложенного списка. При этом обучающимся по очной форме обучения рекомендуется выбирать тему курсовой работы исходя из планируемой области будущей практической деятельности. Обучающимся заочной формы обучения работающим в государственных и муниципальных учреждениях, правоохранительных органах, сфере производства, бизнеса, услуг и т.д., целесообразно выбирать тему, непосредственно связанную с их профессиональной деятельностью.

Основными функциями руководителя курсовой работы являются:

- оказание помощи обучающемуся в определении основных направлений работы;
- указание наиболее важных научных источников;
- консультирование по вопросам содержания курсовой работы;
- подготовка письменного отзыва на курсовую работу.

. Основные обязанности обучающегося:

- подбор литературы по теме исследования и составление списка использованных источников;
- определение цели, задач и методов исследования, обоснование рабочей гипотезы;
- оформление результатов исследования в письменной форме.

Структура и оформление курсовой работы

Курсовая работа должна включать в себя:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.
- в конце работы может быть приложение.

Титульный лист является первой страницей работы и оформляется по установленному образцу. Он содержит следующую информацию:

- наименование колледжа;
- код и наименование специальности;
- тема курсовой работы;

- фамилия, имя, отчество обучающегося и наименование академической группы;
- фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание научного руководителя;
- отметка о допуске курсовой работы к защите;
- отметка о результатах защиты курсовой работы;
- место и год выполнения курсовой работы.

Содержание курсовой работы включает введение, наименование всех разделов (глав), пунктов, заключение, список использованных источников и литературы, наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются соответствующие части курсовой работы.

Перечень вопросов, подлежащих разработке в ходе выполнения курсовой работы, должен соответствовать выбранной теме, поэтому определяется обучающимся по согласованию с руководителем.

Во введении раскрывается актуальность темы, ее научная и практическая значимость, степень разработанности, формулируются цели и задачи исследования, а также характеризуются источники и материалы, использованные в процессе выполнения курсовой работы.

В основной части раскрывается содержание курсовой работы, поэтому она должна содержать данные, отражающие существо, методику и основные результаты выполненного исследования.

Основную часть курсовой работы следует делить на разделы(главы), которые в свою очередь делятся на пункты и при необходимости на подпункты. Каждый подпункт должен содержать логически законченную информацию. Как правило, основная часть состоит из теоретической и практической части.

Заключение должно содержать итоги работы: выводы, полученные входе исследования, разработку рекомендаций по конкретному использованию результатов курсовой работы. Заключение должно быть кратким, обстоятельным, а также соответствовать поставленным во введении задачам.

В список использованных источников и литературы обязательно включаются работы, на которые сделаны сноски по тексту.

Работа представляется в сброшюрованном виде.

Допуск курсовых работ к защите

Не позднее месяца до окончания семестра выполненная и оформленная курсовая работа сдается в учебный отдел, где она регистрируется и передается руководителю, который готовит письменный отзыв на курсовую работу. В случае отрицательного отзыва руководителя обучающийся должен переделать работу и повторно представить ее руководителю в течение десяти дней.

Отзыв руководителя составляется в письменном виде с обязательным освещением следующих основных вопросов:

- актуальность темы, соответствие содержания курсовой работы выбранной теме;
- полнота, глубина и обоснованность решения поставленных вопросов;
- степень самостоятельности исполнителя курсовой работы в решении поставленных вопросов, его инициативность, умение обобщать другие работы и делать соответствующие выводы, принимать самостоятельные решения, использовать в работе современные достижения науки и техники;
- грамотность изложения материала и качество графических приложений;
- демонстрация компетенций, предусмотренных учебным планом по дисциплине;
- другие вопросы по усмотрению руководителя.

Курсовая работа допускается к защите руководителем после устранения замечаний, содержащихся в отзыве. В случае не допуска курсовой работы к защите, руководитель проставляет в экзаменационной ведомости обучающемуся неудовлетворительную оценку.

Форма и порядок аттестации по курсовым работам

Аттестация курсовых работ должна быть проведена до начала экзаменационной сессии. Если обучающийся очной формы обучения не аттестован по курсовой работе, то он не допускается к экзамену (зачету) по этой дисциплине.

Аттестация по курсовым работам производится в виде ее защиты руководителю. Дата защиты назначается руководителем в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса, и доводится до сведения студентов не позднее, чем за 7 дней до защиты.

При защите курсовой работы обучающемуся предоставляется время для выступления, в котором он докладывает об основных результатах проведенного исследования. После выступления обучающийся отвечает на вопросы руководителя и имеющиеся замечания.

Формой аттестации обучающегося по курсовым работам является дифференцированный зачет.

Оценка по курсовой работе объявляется после защиты и выставляется в ведомости и зачетной книжке обучающегося.

В случае получения неудовлетворительной оценки по итогам защиты курсовой работы обучающийся должен представить исправленную работу в установленный руководителем и согласованный с учебным отделом срок, не позднее начала экзаменационной сессии.