

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

| | |
|--------------|---|
| ПКР-3 | способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий |
|--------------|---|

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку { !404_DOCXTemplate_cmp_unit } компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма;
- историю возникновения и развития рекламы;
- социально-психологические, эстетические основы рекламы;
- виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности;
- процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма;
- какие рекламные агентства существуют и их функции;
- особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма;
- навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность;
- составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма;
- основы технологии производства рекламного обращения;
- основы теории социальных технологий;
- основные социальные технологии в управлении персоналом предприятия;
- основные социальные технологии общения и взаимодействия;
- системы классификаций гостиниц и классы обслуживания в гостиничных комплексах;
- структуру управления гостиницей;
- функции и взаимосвязь подразделений и служб гостиницы;
- организацию обслуживания в гостиницах;
- типы предприятий питания и историю их развития;
- формы сервисного обслуживания на предприятиях общественного питания;
- теоретические основы экскурсионного дела;
- этапы подготовки экскурсий и технологию ее организации;
- основы организации экскурсионного сервиса;
- возможности использования услуг различных предприятий (общественного питания, транспортных, рекламных, страховых и др.) в организации экскурсий и экскурсионного туризма;
- особенности продажи туристского продукта;
- этапы продажи туристского продукта;

- стратегии продаж в туризме;
- виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом;
- виды и структуру презентаций;
- техники коммуникаций;
- особенности продажи дополнительных услуг;
- требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта;
- основы договорных взаимоотношений при организации и реализации туристских путешествий;
- особенности работы туроператора с турагентами;
- основные платежные средства;
- правила выполнения экономических расчетов;
- технологии обслуживания, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений;

уметь

- определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;
- выбирать объект рекламы для конкретного предприятия;
- выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании;
- правовое обеспечение рекламной деятельности;
- определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма;
- составлять модель рекламного обращения;
- разрабатывать и применять социальные технологии;
- выбирать необходимые социальные технологии для осуществления эффективной деятельности в сфере туризма;
- оценивать качество гостиничных услуг;
- определять технологические процедуры обслуживания клиентов;
- обосновывать выбор действий и предметов в планировании организации комфортной среды для клиентов;
- осуществлять комплексное изучение рынка услуг питания;
- разрабатывать проекты экскурсий по конкретной теме;
- планировать состав и поставщиков услуг экскурсионных туров;
- выбирать и применять эффективные технологии продаж;
- работать с возражениями клиентов;
- создавать эффективную презентацию;
- донести информацию до клиента;
- разрешать спорные вопросы;
- управлять процессом продажи;
- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг;
- работать с каталогами туроператоров;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием;
- применять нормативно-технологическую документацию, регламентирующую туристскую деятельность;
- вносить предложения по решению конкретных задач предприятия;

владеть

- навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства;
- применять на практике законодательство о рекламе;
- социальными технологиями в туристской деятельности;
- управлеченческими социальными технологиями;

- социальными технологиями общения и взаимодействия в сфере туризма;
- навыками определения соответствия услуг заявленному уровню;
- навыками общения с персоналом гостиничных предприятий;
- навыками определения необходимого ассортимента услуг питания и составления меню для обслуживания туристов;
- методикой проведения экскурсий;
- навыками организации процесса обслуживания потребителя;
- методами персональных продаж;
- техникой эффективной презентации;
- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;
- навыками работы менеджера по продажам;
- навыками анализа и составления договорной документации;
- основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности;
- оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и зарубежом;
- навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений;
- методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия;
- опытом разработки проектов в туристской идустрии.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

| № п/п | Уровни сформированности компетенции | Основные признаки уровня |
|------------------|--|--|
| 1 | Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП) | Владеет ограниченными навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Имеет теоретические представления об основных методах оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбору наиболее эффективных каналов, умеет предлагать некоторые мероприятия по корректировке рекламных кампаний. |
| 2 | Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам) | Владеет готовностью проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Владеет навыками оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний. |
| 3 | Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции) | Владеет опытом проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Корректно осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наилучших эффективных каналов, целенаправленно разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний. |

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

| № п/п | Наименование учебных дисциплин и практик | Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть» | Формы и методы |
|--------------|---|--|---|
| 1 | Разработка рекламного продукта | ??? | лекции, лабораторные работы, практические занятия, экзамен |
| 2 | Реклама в туризме | знать: – задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма – историю возникновения и развития рекламы – социально-психологические, эстетические основы рекламы – виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности – процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма – какие рекламные агентства существуют и их функции – особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма – навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность – составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма – основы технологии производства рекламного обращения уметь: – определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма – выбирать объект рекламы для конкретного предприятия – выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании – правовое обеспечение рекламной деятельности – определять фирменный стиль и | лекции, практические занятия, экзамен |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | | <p>товарные знаки предприятий туризма</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять модель рекламного обращения <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства – применять на практике законодательство о рекламе | |
| 3 | Социальные технологии в туристской деятельности | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы теории социальных технологий – основные социальные технологии в управлении персоналом предприятия – основные социальные технологии общения и взаимодействия <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать и применять социальные технологии – выбирать необходимые социальные технологии для осуществления эффективной деятельности в сфере туризма <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – социальными технологиями в туристской деятельности – управленческими социальными технологиями – социальными технологиями общения и взаимодействия в сфере туризма | лекции, практические занятия, экзамен |
| 4 | Технологии и организация гостиничных услуг | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – системы классификаций гостиниц и классы обслуживания в гостиничных комплексах – структуру управления гостиницей – функции и взаимосвязь подразделений и служб гостиницы – организацию обслуживания в гостиницах <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать качество гостиничных услуг – определять технологические | лекции, практические занятия, экзамен |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | | <p>процедуры обслуживания клиентов</p> <ul style="list-style-type: none"> – обосновывать выбор действий и предметов в планировании организации комфортной среды для клиентов <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками определения соответствия услуг заявленному уровню – навыками общения с персоналом гостиничных предприятий | |
| 5 | Технологии и организация услуг питания | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы предприятий питания и историю их развития – формы сервисного обслуживания на предприятиях общественного питания <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять комплексное изучение рынка услуг питания <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками определения необходимого ассортимента услуг питания и составления меню для обслуживания туристов | лекции, практические занятия, экзамен |
| 6 | Технологии и организация экскурсионных услуг | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы экскурсионного дела – этапы подготовки экскурсии и технологию ее организации – основы организации экскурсионного сервиса – возможности использования услуг различных предприятий (общественного питания, транспортных, рекламных, страховых и др.) в организации экскурсий и экскурсионного туризма <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать проекты экскурсий по конкретной теме – планировать состав и поставщиков услуг экскурсионных туров <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой проведения экскурсий – навыками организации процесса обслуживания потребителя | лекции, лабораторные работы, экзамен |

| | | | |
|---|--|--|---|
| 7 | Технологии продаж | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности продажи туристского продукта – этапы продажи туристского продукта – стратегии продаж в туризме – виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом – виды и структуру презентаций – техники коммуникаций – особенности продажи дополнительных услуг – требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать и применять эффективные технологии продаж – работать с возражениями клиентов – создавать эффективную презентацию – донести информацию до клиента – разрешать спорные вопросы – управлять процессом продажи <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами персональных продаж – техникой эффективной презентации – навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта – навыками работы менеджера по продажам | лекции, практические занятия, экзамен |
| 8 | Технологии производства рекламы в туризме | ??? | лекции, лабораторные работы, практические занятия, экзамен |
| 9 | Технологии турагентской и туроператорской деятельности | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы договорных взаимоотношений при организации и реализации туристских путешествий – особенности работы туроператора с турагентами – основные платежные средства <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы | лекции, практические занятия, экзамен |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | | <p>взаимодействия туроператора с поставщиками услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с каталогами туроператоров <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа и составления договорной документации – основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности – оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и зарубежом | |
| 10 | Производственная практика. Преддипломная практика | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правила выполнения экономических расчетов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы – выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений – методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике – навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия | |
| 11 | Производственная практика. Проектно-технологическая | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологии обслуживания, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять нормативно- | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | технологическую документацию, регламентирующую туристскую деятельность – вносить предложения по решению конкретных задач предприятия владеть: – опытом разработки проектов в туристской идустрии | |
|--|--|---|--|

2.2. Календарный график формирования компетенции

| № п/п | Наименование учебных дисциплин и практик | Курсы | | | | | | | | | |
|----------|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Разработка рекламного продукта | | | | | + | | | | | |
| 2 | Реклама в туризме | | | + | | | | | | | |
| 3 | Социальные технологии в туристской деятельности | | | | + | | | | | | |
| 4 | Технологии и организация гостиничных услуг | | | + | + | | | | | | |
| 5 | Технологии и организация услуг питания | | | | + | | | | | | |
| 6 | Технологии и организация экскурсионных услуг | | | | + | + | | | | | |
| 7 | Технологии продаж | | | | | | + | | | | |
| 8 | Технологии производства рекламы в туризме | | | | | | + | | | | |
| 9 | Технологии турагентской и туроператорской деятельности | | | + | | | | | | | |
| 10 | Производственная практика. Преддипломная практика | | | | | | + | | | | |
| 11 | Производственная практика. Проектно-технологическая | | | | | + | | | | | |

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

| № п/п | Наименование учебных дисциплин и практик | Оценочные средства и формы оценки |
|----------|---|---|
| 1 | Разработка рекламного продукта | ??? |
| 2 | Реклама в туризме | Тестирование. Реферат. Экзамен. |
| 3 | Социальные технологии в туристской деятельности | Присутствие на лекционных занятиях. Работа на практических занятиях. Контрольные работы (не менее 2-х в семестре). Реферат. Разработка презентации по материалам реферата. Зачет. |
| 4 | Технологии и организация гостиничных услуг | Экзамен. Задания практических занятий. Бланковое тестирование. Контрольная работа. |

| | | |
|----|--|---|
| | | Реферат. |
| 5 | Технологии и организация услуг питания | Задания практических занятий. Бланковое тестирование. Учебный кейс «Включение услуг питания в обслуживание туристов». Зачет. |
| 6 | Технологии и организация экскурсионных услуг | Экзамен. Выполнение лабораторных работ. Бланковое тестирование. Курсовая работа. Реферат. |
| 7 | Технологии продаж | Тестирование. Реферат. Зачет. |
| 8 | Технологии производства рекламы в туризме | ??? |
| 9 | Технологии турагентской и туроператорской деятельности | Экзамен. Тестирование. Реферат. |
| 10 | Производственная практика. Преддипломная практика | Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания по практике. Статья. Составление отчета. Зачет. |
| 11 | Производственная практика. Проектно-технологическая | Выполнение заданий руководителей практики. Составление отчета. Аттестация с оценкой. |