**Профессиональное образовательное учреждение частное
«КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ДОМАШНЕЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ
ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ**

**МДК 01.01 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ
ТУРПРОДУКТА**

для специальности 43.02.10 Туризм

Архангельск
2018

Методические рекомендации по выполнению домашней контрольной работы для студентов заочной формы обучения по МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта на основе Федерального государственного стандарта (ФГОС) и рабочей программы ПМ 01. Предоставление турагентских услуг по специальности среднего профессионального образования (СПО) 43.02.10 Туризм.

Организация- разработчик: Профессиональное образовательное учреждение частное «КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»

Разработчик: Никитина Г.А. – преподаватель ПОУЧ «Колледж менеджмента»

Рассмотрена и рекомендована
к утверждению на методической
комиссии колледжа

Протокол № от «__» _____ 20__ Г.
Председатель _____ Е.В. Чистякова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие методические указания.....	4
2 Варианты контрольной работы.....	5
3 Темы контрольной работы.....	6
4 Вопросы к экзамену по междисциплинарному курсу.....	8
5 Рекомендуемые источники информации.....	10

1 ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Учебным планом предусмотрено изучение МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта. Студенты заочного отделения в соответствии с учебным планом по данному междисциплинарному курсу выполняют домашнюю контрольную работу, которая является одной из форм контроля уровня знаний студента в межсессионный период. Контрольная работа- самостоятельный труд студента.

Цель выполнения домашней контрольной работы- изучить, углубить, систематизировать и закрепить теоретические знания и практические навыки студентов по данному междисциплинарному курсу, проверить степень усвоения учебного материала, выработать у студента умения и навыки самостоятельного поиска, отбора необходимых источников информации, обработки, обобщения и изложения материала.

Контрольная работа носит реферативный характер.

Выполнение должно быть подробным, включать примеры и обоснование результатов теоретического анализа. По итогам выполнения делается вывод о полученных результатах.

Домашнюю контрольную работу необходимо выполнять в строгом соответствии с «Методическими рекомендациями по оформлению документов по учебной деятельности для обучающихся очно- заочной и заочной форм обучения». Методические рекомендации находятся на сайте колледжа.

Работа должна быть выполнена и сдана на проверку в сроки, установленные графиком учебного процесса.

На каждую контрольную работу преподаватель даёт письменное заключение (рецензию) и выставляет оценки «зачтено» или «незачтено». Незачтённая работа возвращается студенту с подробной рецензией, содержащей рекомендации по устранению недостатков.

По получении проверенной контрольной работы, студент должен внимательно ознакомиться с исправлениями и замечаниями, прочитать

заклучение преподавателя, повторить недостаточно усвоенный материал, выполнить работу повторно по варианту, указанному преподавателем (сделать работу над ошибками) и сдать на проверку.

С результатами проверки контрольной работы студент может ознакомиться в электронном дневнике на сайте колледжа.

Выполненная надлежащим образом в установленные сроки зачетная работа является допуском для прохождения промежуточной аттестации (к экзамену, дифференцированному зачету).

2 ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выбор варианта контрольной работы проводится в зависимости от двух последних цифр номера зачетной книжки студента. В таблице по вертикали «А» размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых – предпоследняя цифра зачетной книжки студента. По горизонтали «Б» также размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых – последняя цифра зачетной книжки. Пересечение вертикальной и горизонтальной линий определяет клетку с номером вопроса.

Например, две последние цифры номера зачетной книжки 09 (0- по вертикали, 9- по горизонтали). На пересечении горизонтальной и вертикальной линий определяем номер темы: 11.

На титульном листе домашней контрольной работы следует записать номер варианта (в данном случае- Вариант № 09). Работа, выполненная не по своему варианту считается незачтенной.

ТАБЛИЦА ВАРИАНТОВ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Б	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
А										
0	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
4	21	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
6	20	21	1	2	3	4	5	6	7	8
7	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
8	19	20	21	1	2	3	4	5	6	7
9	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

3 ТЕМЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Рекреационные потребности туристов и их характеристика.
2. Виды информационных ресурсов и возможности их использования в туризме.
3. Особенности и сравнительные характеристики Юго – Восточной Азии как туристского региона.
4. Особенности и сравнительные характеристики Восточной Европы как туристского региона.
5. Особенности и сравнительные характеристики Западной Европы как туристского региона.
6. Особенности и сравнительные характеристики Северной Америки как туристского региона.

7. Особенности и сравнительные характеристики Южной Америки как туристского региона.
8. Особенности и сравнительные характеристики Африки как туристского региона.
9. Особенности и сравнительные характеристики Австралии как туристского региона.
10. Виды и особенности рекламного продукта.
11. Роль туристских выставок в продвижении турпродукта и туристского региона.
12. Технологии разработки рекламного продукта и проведения рекламных мероприятий в туризме.
13. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности в деятельности турпредприятий.
14. Роль информационных технологий в бронировании туристских услуг.
15. Профессиональные пакеты программ для бронирования в туризме.
16. Особенности работы турменеджера в контактной зоне.
17. Причины конфликтных ситуаций и способы их разрешения в туристской фирме.
18. Проблемы бронирования туристских услуг.
19. Методы повышения конкурентоспособности турфирмы и их характеристика.
20. Методы повышения конкурентоспособности турпродукта и их характеристика.
21. Роль социальных сетей в продвижении турпродукта.

4 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ

1. Понятия «турпродукт», «продвижение турпродукта» и их характеристика.
2. Свойства турпродукта и его отличительные особенности от материальных товаров.
3. Виды рекламы в зависимости от ее целей.
4. Виды рекламы по месту и способу размещения.
5. Нерекламные методы продвижения туристского продукта.
6. Основные критерии классификации турпродукта.
7. Понятие «туристская услуга». Ассортимент туристских услуг.
8. Характеристика и применение в туризме основных положений Федерального закона «О рекламе».
9. Понятие «реализация турпродукта», виды продаж турпродукта.
10. Ключевые технологии продаж.
11. Особенности заключения агентского договора между туроператором и турагентом.
12. Условия заключения договора коммерческой концессии в туризме.
13. Основные функции специалистов по продажам турпродукта.
14. Основные профессиональные требования к специалистам по продажам турпродукта.
15. Основные личностные характеристики менеджера турфирмы.
16. Ответственность менеджера по продажам в турфирме.
17. Требования к внешнему виду менеджера по продажам в турфирме.
18. Встреча клиента в офисе турфирме.
19. Установление контакта с клиентом как важнейший этап продаж турпродукта.
20. Основные ошибки при выявлении потребностей клиента.
21. Особенности обсуждения стоимости тура с клиентом.

22. Правила работы с возражениями клиента при продажах турпродукта.
23. Завершение сделки по реализации турпродукта и постпродажное обслуживание клиента турфирмы.
24. Клиентский договор и его основные положения
25. Сегментация потребителей турпродукта, типы клиентов
покупательское поведение современного потребителя туристских услуг.
26. Особенности стимулирования спроса в туризме
27. Виды туристских каталогов
28. Деловые коммуникации в туризме и преодоление
коммуникативных барьеров

5 РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

1 Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями) // «Собрание законодательства РФ», 29.01.1996, N 5, ст. 410.

2 Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (с измен. и доп.) «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД и ВС РФ, 09.04.1992, N 15, ст. 766.

3 Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) // «Собрание законодательства Российской Федерации» от 2 декабря 1996 г. N 49 ст. 5491.

4 Буйленко В.Ф. Туризм: учебник для СПО. [Текст] /В.Ф. Буйленко ГРИФ. - М.: Феникс, 2015.- 416 с.

5 Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. М. Удалова, Е. А. Машинская. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 256 с. — 978-5-394-02243-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75214.html> - вход по паролю

6 Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. [Текст] Учебное пособие./ Черных Н.Б. - М. Издво «Советский спорт», 2015.-378с.

7 Чудновский А.Д. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.

8 Чудновский А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.

Список информационных Интернет-ресурсов

Адрес	Содержание
1. https://www.russiatourism.ru/	РОСТУРИЗМ Официальный сайт
2. http://tourlib.net/	Все о туризме. Туристическая библиотека
3. http://www.consultant.ru/	СПС Консультант Плюс
4. http://www.garant.ru/	СПС Гарант
5. http://ek-lit.agava.ru/books.htm	Библиотека экономической и деловой литературы - Читальня
6. http://eup.kulichki.net/Catalog/All-All.htm	Библиотека экономической и управленческой литературы Бесплатная электронная библиотека (монографии, диссертации, книги, статьи, новости и аналитика, конспекты лекций, рефераты, учебники). Тематика: финансы и кредит, налогообложение, оценка имущества, экономика недвижимости, экономика малого бизнеса, право, менеджмент, маркетинг и т.д. (около 6500 документов)