

Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение Иркутской области
«Иркутский колледж экономики, сервиса и туризма»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ ИКЭСТ
Н.Ф. Кудинова
«28» 05 2021 г.



**Дополнительная профессиональная программа повышения
квалификации «Основы формирования и продвижения туристского
продукта»**

Иркутск, 2021

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии, протокол от 11.05.2021 № 7

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации рекомендована к утверждению на заседании Научно-методического совета колледжа, протокол от 26.05.2021 № 4

Составитель: Дуля К.В., преподаватель

Рецензент: Дашинова В.А., ведущий специалист по развитию персонала ООО «ГрандБайкал»

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Дополнительная общеразвивающая программа для детей и взрослых направлена на формирование и развитие творческих способностей детей и взрослых, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном развитии, профессиональную ориентацию.

1.2. Планируемые результаты обучения

1.2.1. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации

№ п/п	Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции
1	Организация поиска, сбора, обработки и анализа информации о продукте
2	Применение нормативно-правовых документов по организации формирования и продвижения туристского продукта
3	Организация и оформление заказов отдельных туристов и/или туристских групп для путешествия

Программа разработана в соответствии с:

- спецификацией стандартов Ворлдскиллс по компетенции «Туризм»;
- Приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 N 220н "Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма".

К освоению программы допускаются лица, имеющие или получающие высшее или среднее профессиональное образование.

Присваиваемый квалификационный разряд/ класс/категория: повышение квалификации

Срок освоения программы: 36 час.

Форма обучения: очная.

1.2.2. Требования к результатам освоения программы

В результате освоения программы профессионального обучения у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- 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 турпродуктов;
- 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;
- 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.
- основы организации туристской деятельности;
- правила организации туристских поездок, экскурсий;
- виды рекламного продукта;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездки;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- объекты экскурсионного показа и критерии отбора объектов экскурсионного показа;
- достопримечательности в контексте истории, географии и культуры;

- отечественную историю и культуру;
- методики работы с библиографическими материалами;
- правила использования офисной техники;
- методические приемы показа экскурсионных объектов;
- технику использования микрофона и усилительных средств;
- техники ведения переговоров, публичных выступлений, экскурсионного рассказа, ответов на вопросы;
- характеристики транспортных средств, необходимых на маршруте экскурсии;
- транспортные организации, которые могут предоставить услуги, необходимые при проведении экскурсии;
- организации питания по маршруту;
- перечень необходимых документов (билеты, путевки, ваучеры);
- формы установленной отчетности и правила их ведения;
- инструкции и правила техники безопасности;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбрать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из 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;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт;
- 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;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- определять особые потребности тургруппы или индивидуального туриста;
- использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений;
- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- использовать методические разработки форм и видов проведения экскурсий;
- использовать информационные источники (справочную литературу, исторические документы, научную литературу, электронные средства массовой информации);
- определять ключевые позиции программы экскурсии;
- использовать офисные технологии;
- определять особые потребности тургруппы или индивидуального туриста;
- учитывать физиологические потребности при передвижении туристов на конкретном виде транспорта;
- вести отчеты по установленной форме.

1.3. Программа может быть реализована с использованием электронного обучения, ДОТ по темам:

- Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере, 3 час.
- Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности, 2 час.
- Модуль 3. Туристская индустрия, 5 час.
- Модуль 4. Туристский продукт как комплекс услуг, 4 час.
- Модуль 5. Формирование туристского продукта, 4 час.
- Модуль 6. Продвижение туристского продукта, 2 час.
- Модуль 7. Современные информационные технологии в туризме, 1

час.

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практич. и лаборатор.	промеж. и	

				занятия	итог.контроль	
1	<i>Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере</i>	4	3	1	-	<i>зачет</i>
1.1	Современные технологии в сфере туризма.	2	2		-	зачет
1.2	Работа с офисной техникой и программами	2	1	1	-	зачет
2	<i>Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности</i>	2	2		-	<i>зачет</i>
2.1	Требования охраны труда и техники безопасности: общие и специфичные	2	2	-	-	зачет
3	<i>Модуль 3. Туристская индустрия</i>	6	5	1	-	<i>зачет</i>
3.1	Структура туристской индустрии. Рынок туризма.	2	2		-	зачет
3.2	Правовые основы туристской деятельности	2	2		-	зачет
3.3	Особенности и виды туристской деятельности	2	1	1	-	зачет
4	<i>Модуль 4. Туристский продукт как комплекс услуг</i>	6	4	2	-	<i>зачет</i>
4.1	Туристский продукт. Основные и дополнительные услуги в туризме	2	2		-	зачет
4.2	Виды туристских продуктов.	4	2	2	-	зачет
5	<i>Модуль 5. Формирование туристского продукта</i>	8	4	4	-	<i>зачет</i>
5.1	Этапы формирования туристского продукта. Разработка новых уникальных туристских маршрутов	2	2	2	-	зачет
5.2	Разработка туров по заказу	4	2	2	-	зачет

	клиента. Экономическая эффективность туристского продукта					
6	Модуль 6. Продвижение туристского продукта	4	2	2	-	зачет
6.1	Технология продвижения туристского продукта. Эффективные методы делового общения и межличностной коммуникации.	4	2	2	-	зачет
7	Модуль 7. Современные информационные технологии в туризме	2	1	1	-	зачет
7.1	Специализированные информационные ресурсы в сфере туризма.	2	1	1	-	зачет
8.	Итоговая аттестация (демонстрационный экзамен)	4			4	ДЭ
	ИТОГО:	36	21	11	4	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Период обучения (недели)*	Наименование модуля
1 неделя	Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности Модуль 3. Туристская индустрия Модуль 4. Туристский продукт как комплекс услуг
2 неделя	Модуль 5. Туристский продукт как комплекс услуг Модуль 6. Формирование туристского продукта Модуль 7. Продвижение туристского продукта Модуль 8. Современные информационные технологии в туризме
3 неделя	Итоговая аттестация
*Точный порядок реализации модулей обучения определяется в расписании занятий	

4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ МОДУЛЕЙ

Модуль 1. Современные технологии в профессиональной сфере

Тема 1.1 Современные технологии в туризме.

Лекция. Информационные и интернет-технологии в туризме. Инновационные технологии: основные виды и их описание.

Практическое занятие. Проведение исследования на тему: Соотнесения степени достоверности информации в туризме в зависимости от источника информации.

Тема 1.2 Работа с офисной техникой и программами

Основные элементы офисного оборудования. Работа с офисным оборудованием. Поиск информации в Интернете. Обработка текстовых и числовых данных. Редактирование изображений. Подготовка презентации в Microsoft PowerPoint.

Практическое занятие. Работа с офисным оборудованием.

Практическое занятие: Подготовка электронной презентации на тему «Путешествие моей мечты»

Модуль 2. Требования охраны труда и техники безопасности

Тема 2.1 Требования охраны труда и техники безопасности: общие и специфичные.

Лекция. Права и обязанности работника в области охраны труда, ответственность за нарушение требований охраны труда. Классификация опасных и вредных производственных факторов на рабочих местах.

Лекция. Техника безопасности на туристских предприятиях. Требования к офисным помещениям туристских предприятий. Правила работы с компьютерной и оргтехникой. Правила пожарной безопасности. СанПиНы. Виды инструктажей по охране труда, их содержание, порядок проведения и регистрации.

Практическое занятие. Выполнение тестового задания по модулю «Требования охраны труда и техники безопасности»

Модуль 3. Туристская индустрия

Тема 3.1. Структура туристской индустрии. Рынок туризма.

Лекция. Основные понятия. Субъекты и объекты туристской индустрии.

Практическое занятие: Взаимодействие субъектов и объектов туристской индустрии.

Лекция. Туристские ресурсы. Основные туристские регионы. Туристские центры. Туристские кластеры. Пространственное распределение туристских потоков. Перспективы развития туристской индустрии.

Практическое занятие. Подготовка и защита презентации: Анализ туристских ресурсов регионов (на выбор).

Практическое занятие. Защита проекта и подготовка электронной презентации на тему: «Туристские ресурсы родного региона»

Тема 3.2. Правовые основы туристской деятельности.

Лекция. Законодательство Российской Федерации о туристской деятельности. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, регулирующие туристскую деятельность.

Тема 3.3. Особенности и виды туристской деятельности.

Лекция. Особенности организации туристской деятельности. Туроператорская и турагентская деятельность в туризме.

Модуль 4. Туристский продукт как комплекс услуг

Тема 4.1 Туристский продукт.

Лекция. Понятие туристский продукт. Основные и дополнительные услуги в туризме. Комплектование турпродукта.

Практическое занятие. Комплектование туристского продукта.

Тема 4.2. Виды туристских продуктов.

Лекция. Классификация туристских продуктов. Виды туристских продуктов по целевой направленности. Потребительские свойства туристского продукта. Качество туристского продукта.

Практическое занятие на тему: «Оценка потребителями качества туристского продукта».

Модуль 5. Формирование туристского продукта

Тема 5.1. Этапы формирования туристского продукта. Разработка новых уникальных туристских маршрутов

Лекция. Анализ понятие: «формирование туристского продукта». Понятие туроператор. Виды туроператорской деятельности. Основные условия осуществления туроператорской деятельности на территории Российской Федерации. Единый федеральный реестр туроператоров. Объединения туроператоров. Анализ рынка поставщиков. Взаимодействие с поставщиками туристских услуг

Лекция. Основные этапы формирования нового туристского продукта. Определение концепции и уникальности нового продукта. Учет основных и

дополнительных услуг при формировании нового маршрута. Разработка экскурсионной программы. Требования в обеспечение безопасности на маршруте. Технологическая карта туристского путешествия.

Практическое занятие. Разработка программы экскурсии к туристскому маршруту.

Практическое занятие. Разработка и обоснование нового туристского маршрута.

Тема 5.2. Разработка туров по заказу клиентов. Экономическая эффективность туристского продукта.

Лекция. Особенности формирования туристского продукта по заказу клиента. Учет специфики целевой аудитории и территории. Учет основных и дополнительных услуг при формировании тура по заказу клиента. Комплектование туристского продукта экскурсионными услугами

Практическое занятие. Формирование туристского продукта по заказу клиента.

Лекция. Определение и расчет себестоимости и стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания, а также дополнительных услуг по туру.

Практическое занятие. Расчет себестоимости тура по заказу клиента.

Практическое занятие. Выполнение задания по теме: «Разработка программы тура по заказу клиента»

Модуль 6. Продвижение туристского продукта.

Тема 6.1. Технология продвижения туристского продукта. Эффективные методы делового общения и межличностной коммуникации.

Лекция. Основные способы и методы продвижения туристского продукта. Технология продаж и реализации туристского продукта. Виды турагентской деятельности. Основные функции турагента. Процесс продвижения туристского продукта.

Практическое занятие. Анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.

Лекция. Особенности делового общения. Навыки ведения деловых переговоров. Взаимодействие с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения

Практическое занятие. Деловая игра: Переговоры с заказчиком

Практическое занятие. Выполнение задания по теме: «Подбор и обоснование пакетного тура по заказу клиента»

Модуль 7. Современные информационные технологии в туризме.

Тема 7.1. Специализированные информационные ресурсы в сфере туризма

Лекция. Инновационные информационные ресурсы. Цифровые технологии в туризме. Специализированные туристские порталы и сайты. Системы онлайн бронирования в туризме.

Практическое занятие. Онлайн бронирование туров.

Практическое занятие. Защита презентации по проекту: «Туризм будущего: современные информационные технологии»

Квалификационный экзамен

Тема. Тестирование

Проверка теоретических знаний (тестовое задание)

Демонстрационный экзамен по компетенции

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебная мастерская по компетенции «Туризм»	Лекции/Практические /Лабораторные работы	Звуковое оборудование МФУ Сетевое оборудование Автоматизированное рабочее место: моноблок, мышь/клавиатура, сетевой фильтр, лицензионное программное обеспечение ПО (Win 10, office 2019), наушники с микрофоном Презентер Электронные часы Система визуализации: интерактивная панель, напольная стойка, проектор, экран Очки виртуальной реальности, радиогид беспроводной, усилитель голоса с радиомикрофоном Комплект мебели для автоматизированного рабочего места (офисный стол, 2 офисных стула на одно рабочее место)

		Комплект мебели для автоматизированного места для лиц с ОВЗ и инвалидов (офисный стол, 1 стул) Мебель: стулья офисные, офисные столы, тумба Комплект программ Само - тур
--	--	--

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основные источники

Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие/ С.А. Быстров. – Москва: КНОРУС, 2021. – 260 с. – (Среднее профессиональное образование).

Жданова Т.С. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие для СПО/ Т.С. Жданова, В.О. Корионова. — Саратов: Профобразование, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7. — Текст: электронный// Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/83347>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие/ А.Б. Косолапов. – 6-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2021. – 294 с. – (Среднее профессиональное образование).

Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум: учебное пособие/ А.Б. Косолапов. – Москва: КНОРУС, 2021. – 280 с. – (Среднее профессиональное образование).

Емелин С.В. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования/ С.В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 194 с. – (Профессиональное образование).

Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебно-методический комплекс. Профессиональное образование. Scorm-версия. Диполь корпорация. 2021. ЭУМК

Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебно-методический комплекс. Профессиональное образование. Сетевая версия. Диполь корпорация. 2021. ЭУМК

Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме: учебное пособие для СПО/ А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова, М.А. Джалайя. — Саратов: Профобразование, 2019. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0371-0. — Текст: электронный// Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86302>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;

- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы и т.д.

Интернет-источники

– официальный сайт оператора международного некоммерческого движения WorldSkills International - Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» (электронный ресурс) режим доступа: <https://worldskills.ru>;

– единая система актуальных требований Ворлдскиллс (электронный ресурс) режим доступа: <https://esat.worldskills.ru>.

5.3. Кадровые условия реализации программы...

Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими, как правило, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого курса, дисциплины, модуля.

6. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме:

Зачета

По результатам промежуточной аттестации выставляются оценки по двухбалльной системе: «зачтено», «не зачтено».

Оценка	Критерии оценивания
«зачтено»	Обучающийся при тестировании набрал 70 % правильных ответов.
«не зачтено»	Обучающийся при тестировании набрал менее 70 % правильных ответов.

6.2. Итоговая аттестация проводится в форме дэмоэкзамена.

Примерные вопросы итоговой аттестации (перечислить).

Для итоговой аттестации используется КОД № 1.1 по компетенции «Туризм».

Примерные задания на итоговую аттестацию:

Модуль А. Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта.

В соответствии с заданной темой участники формируют новый уникальный туристский продукт и программу его продвижения. Участники определяют и дают характеристику географическим районам, по которым пройдёт тур, обосновывают концепцию и уникальность нового туристского продукта. В ходе разработки и презентации программы обслуживания участники определяют и обосновывают полноту и качество целевой аудитории нового туристского продукта. Участники разрабатывают и сдают экспертам программу тура с указанием затрат времени, обосновывают

соответствие программы нового туристского продукта заказу клиента с учетом всех имеющихся особенностей запроса заказчика. Участники обосновывают оптимальное использование на маршруте соответствующей инфраструктуры (транспортных услуг, услуг по размещению и организации питания и т.д.), оптимальное построение общей схемы маршрута в соответствии с продолжительностью путешествия. В соответствии с целями Заказчика и программой тура отбирают и обосновывают выбор экскурсионных объектов посещения и объектов показа. В процессе разработки нового туристского продукта участники презентуют общую карту-схему маршрута, а также карты-схемы ежедневных перемещений по маршруту. Участники предлагают и обосновывают наличие и роль аттракций в месте пребывания туриста. Объекты посещения и показа отбираются участниками с учетом их мотивированного включения в тур. При условии соответствия общей концепции нового туристского продукта участники предлагают интерактивную программу, в том числе, учитывающую новизну авторской идеи с обоснованием целесообразности ее включения в программу тура. Элементы авторской программы должны обеспечивать возможность вовлечения туристов (экскурсантов) к активному участию в мероприятиях. Участникам необходимо обратить внимание на включение в программу тура памятников культурно-исторического наследия (регионального, федерального уровня, объектов ЮНЕСКО) и аутентичных мест посещения, являющихся «визитной карточкой» региона, с последующим обоснованием их включения в программу маршрута в ходе презентации турпродукта, а также учитывать при формировании программы реально существующую транспортную (учет дорожно-транспортной ситуации, загруженности автодорог при планировании тайминга маршрута) и иную инфраструктуру региона. Участники в ходе презентации программы нового туристского продукта представляют и сдают экспертам информацию о себестоимости сформированного турпродукта и расчет стоимости турпродукта на рынке. Участники обосновывают требования безопасности на маршруте, с указанием на инструктажи, ГОСТы, лицензии и т.д. Участники оформляют и сдают экспертам технологическую карту маршрута (технологическая карта туристского путешествия) в соответствии с ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги», с указанием маршрута путешествия, протяженности маршрута, продолжительности путешествия, рекомендуемого числа туристов в группе. В третьем разделе технологической карты участники предоставляют краткую информацию по каждому дню поездки и всем специфическим характеристикам маршрута объемом до 1 страницы А4, 12 шрифтом Times New Roman, интервал полуторный. Участники разрабатывают программу продвижения сформированного туристского продукта для своего региона. Участники выявляют основных конкурентов по продвижению данного продукта, определяют и обосновывают конкурентные преимущества своего туристского продукта; определяют способы продвижения, выделяют статусную характеристику 12 туристского продукта, стратегии позиционирования, целевые группы потребителей, обосновывают полноту,

важность ядра целевой аудитории для реализации программы продвижения. Участники определяют и обосновывают отношение целевой группы к определённой сфере (b2b, b2c, b2g). Участники для реализации программы продвижения нового туристского продукта подбирают, обосновывая свой выбор, оптимальные online и offline инструменты продвижения. Обязательным условием является реалистичность выбора инструментов продвижения турпродукта в зависимости от условий его продвижения. Участники предлагают варианты бюджета программы продвижения программы тура, обосновывая соответствие бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения и его реалистичность в условиях продвижения в своем регионе. Участники разрабатывают и сдают экспертам план-график мероприятий по продвижению туристского продукта с использованием инструментов продвижения и указанием этапов реализации и бюджета. Участники готовят аннотацию тура на русском и иностранном языке (оба варианта аннотации сдаются экспертам), демонстрируя умения устно излагать информацию о туре на иностранном языке в ходе презентации туристского продукта. В ходе презентации участники демонстрируют: креативность и оригинальность программы нового туристского маршрута; соответствие аттракций в месте пребывания запросу клиента; обоснованный выбор основных туристских услуг; качество предъявления программы продвижения турпродукта; качество определения целевой аудитории; культуру речи, смысловое единство и логику выступления; умение продуктивно использовать выделенное время для презентации; навыки работы в PowerPoint.

Критерии оценки:

Общее максимально возможное количество баллов задания по всем критериям оценки составляет 42 балла.

№ п/п	Модуль, в котором используется критерий	Критерий	Время выполнения Модуля	Проверяемые разделы WSSS	Баллы		
					Судейские	Объективные	Общие
1.	Модуль А: Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта	Формирование, обоснование и продвижение нового туристского продукта	4 часа 30 минут	1, 2, 3, 4	19,00	23,00	42,00
Итого:					19,00	23,00	42,00

РЕЦЕНЗИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Основы формирования и продвижения туристского продукта»

В соответствии с Федеральным закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ туристский продукт формируется туроператором по его усмотрению исходя из конъюнктуры туристского рынка или по заданию туриста или иного заказчика туристского продукта.

ДПП ПК направлена на совершенствование и получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Структура ведения занятий традиционная: лекции, практические занятия, самостоятельная работа, промежуточная аттестация, итоговая аттестация и соответствует цели и результатам программы.

Содержание программы соответствует цели и результатам программы. Организационно-педагогические условия реализации программы соответствует требованиям. Планируемая итоговая аттестация соответствует требованиям и позволяет проконтролировать сформированность результатов.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Основы формирования и продвижения туристского продукта» рекомендована к внедрению.

Рецензент:
ведущий специалист по
развитию персонала
ООО «Гранд Байкал»



В.А. Дашинова