

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ ПРИКЛАДНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ»
(ООО «УЦДПО «Академия прикладных квалификаций»)

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

ООО «УЦДПО «Академия прикладных
квалификаций»



О.Ю. Землина

Номинация: «РАБОЧИЕ ТЕТРАДИ»

Название конкурсной работы:

«ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ
РЕАЛИЗАЦИИ ДОП «ЮНЫЙ ТУРОПЕРАТОР»

Автор-составитель: Землина Ольга Юрьевна,
генеральный директор

Тюменская область, г. Тюмень, 2024 год

АННОТАЦИЯ

Дополнительная общеразвивающая программа «Юный туроператор» (далее – ДОП «Юный туроператор») реализуется в ООО «УЦДПО «Академия прикладных квалификаций» исключительно в очной форме с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения. С этой целью обучающимся предоставляется доступ в Систему дистанционного обучения, где размещаются ссылки для подключения к занятиям онлайн, видеозаписи предыдущих занятий, тестовые задания, презентации и другие методические материалы. Занятия проходят онлайн с использованием доступных для обучающихся платформ: Zoom, Google Meet, Яндекс Телемост.

Целевая аудитория: обучающиеся в возрасте от 12 до 17 лет без особенностей в развитии. При реализации программы отдельное внимание уделяется учету возрастных особенностей обучающихся. Основной упор при реализации программы делается на профессиональную ориентацию и самоопределение обучающихся.

Основой методического обеспечения процесса реализации ДОП «Юный туроператор» является рабочая тетрадь. В условиях обучения с применением дистанционных образовательных технологий рабочая тетрадь позволяет обучающимся воспринимать информацию не только визуально и аудиально, но и кинестетически посредством записи информации, что повышает качество образовательного процесса.

Рабочая тетрадь «Юный туроператор» всю необходимую теоретическую и практическую информацию для полноценного методического обеспечения деятельности на занятиях. Задания сгруппированы в соответствии с тематикой, заявленной в ДОП «Юный туроператор». Модули рабочей тетради логически связаны и расположены в порядке возрастания сложности их выполнения. Психологическая комфортность при работе с рабочей тетрадью достигается посредством обеспечения пустых строк, достаточных для выполнения заданий.

Материалы рабочей тетради могут быть использованы педагогами при реализации программ туристско-краеведческой направленности с целью

воспитания любви к своей большой и малой Родине, изучения достопримечательностей, особенностей географии России и мира, формирования первичных навыков туроператорской деятельности, необходимых для разработки плана будущего путешествия как самостоятельного, так и с семьей.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Пояснительная записка.....	5
Рабочая тетрадь «Юный туроператор».....	7
Список использованной литературы.....	67

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая тетрадь «Юный туроператор» предназначена для обучающихся, осуществляющих обучение по ДОП «Юный туроператор», и рассчитана на 1 год обучения (72 часа).

Рабочая тетрадь содержит краткий теоретический материал, практические задания и свободное место для заметок. Задания в рабочей тетради направлены на развитие и совершенствование познавательных способностей и поисковой деятельности обучающихся. Задания рассчитаны на возраст обучающихся 12-17 лет, что соответствует возрасту обучающихся по программе.

Актуальность заключается в том, что рабочая тетрадь используется как основа методического обеспечения образовательного процесса, реализуемого с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

Цель разработки рабочей тетради заключается в повышении качества образовательного процесса и методическом обеспечении занятий. Работа с тетрадью способствует формированию мотивации обучающихся на усвоение данного курса, структурирует информацию, является одним из методов оценки уровня усвоения программы в целом.

Для отслеживания динамики процесса обучения разделы сгруппированы в тематически близкие блоки:

Модуль 1. Введение в туроператорскую деятельность.

Модуль 2. Турпродукт и его составляющие.

Модуль 3. Разработка турпродукта и его продвижение.

Рабочая тетрадь может использоваться как на занятиях, для проведения групповых занятий, так и дома, для выполнения индивидуальных заданий.

ДОП «Юный туроператор», в рамках которой осуществляется использование данной рабочей тетради, относится к туристско-краеведческой направленности.

Новизна заключается в том, что рабочая тетрадь содержит материалы, способствующие формированию ранней профессиональной ориентации и профессионального самоопределения обучающихся в туристической отрасли.

В процессе обучения термины и категории туроператорской деятельности объясняются доступным образом в соответствии и с учетом возрастных особенностей обучающихся.

Оригинальность заключается в практикоориентированных заданиях, направленных на формирование профориентированных умений и навыков туроператорской деятельности. Материалы также содержат qr-коды на видеоматериалы и нормативно-правовые акты, что придает рабочей тетради современность и интерактивность, стимулирует обучающихся использовать смартфоны для получения знаний.

Педагогическая целесообразность использования рабочей тетради «Юный туроператор» заключается в следующем:

- ✓ рабочая тетрадь помогает в формировании необходимых знаний и умений у обучающихся;
- ✓ рабочая тетрадь способствует развитию устойчивого внимания на занятии, более легкому восприятию учебного материала. Рабочая тетрадь является инструментом в развитии мышления через специальные задания и упражнения творческого характера;
- ✓ при использовании рабочей тетради у обучающегося формируется аккуратность в ее ведении и заполнении;
- ✓ рабочая тетрадь способствует формированию у обучающихся навыков самоконтроля при условии систематического заполнения листов рабочей тетради;
- ✓ рабочая тетрадь способствует организации учебного времени и работы обучающихся, при этом акцент делается на осознание смысла изучаемого материала;
- ✓ рабочая тетрадь может быть использована также для контроля знаний и умений обучающихся.



УЦДПО

Академия прикладных квалификаций

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

ЮНЫЙ ТУРОПЕРАТОР

г. Тюмень, 2023 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая тетрадь к ДОП «Юный туроператор» составлена в целях повышения качества образовательного процесса и методического обеспечения занятий по дополнительной общеразвивающей программы «Юный туроператор».

Содержание рабочей тетради «Юный туроператор» включает изучение следующих модулей:

Модуль 1. Введение в туроператорскую деятельность.

Модуль 2. Турпродукт и его составляющие.

Модуль 3. Разработка турпродукта и его продвижение.

Рабочая тетрадь предназначена для:

- формирования системных знаний в процессе освоения теоретического и практического материала по ДОП «Юный туроператор»;

- расширения границ обучения за счет практикоориентированных профориентационных заданий;

- активизации самостоятельной работы обучающегося;

- отслеживания динамики освоения программы обучающимся.

Преимуществами использования рабочей тетради являются:

- использование тетради исключает необходимость тратить время на запись теоретического материала. Она позволяет обучающемуся более осознанно, целенаправленно и системно освоить учебный материал.

- тетрадь на печатной основе дает возможность организовать самостоятельную подготовку обучающегося на занятии, что позволяет осуществлять дифференцированный подход к обучающимся с различным уровнем подготовки и различными способностями.

Таким образом, использование рабочей тетради при освоении ДОП «Юный туроператор» способствует закреплению теоретических знаний, практических умений и навыков, повышению мотивации к изучению программы и в конечном счете помогает более качественному усвоению изучаемого материала.

Использование рабочей тетради «Юный туроператор» актуально в связи с реализацией программы в дистанционной форме.

По результатам освоения программы обучающиеся получают следующие результаты:

1. Предметные результаты:

- знают о виде деятельности «туроператорская деятельность»;

- имеют представление об особенностях профессий в туристской отрасли;

- владеют первоначальными навыками подбора составляющих компонентов туристского продукта;

- владеют первоначальными навыками продвижения туристского продукта и формирования маркетинговой кампании;

- понимают систему взаимодействия туроператорской организации с поставщиками услуг.

Метапредметные результаты:

- умеют анализировать проделанную работу и адекватно относиться к критике;

- умеют выражать свои чувства и эмоции, отстаивать свое мнение;

- умеют использовать свои наблюдения и знания в различных областях;

- умеют самостоятельно анализировать выполненное задание;

- используют информационно-коммуникационные технологии;

- умеют выстраивать эффективную коммуникацию.

Личностные результаты:

- демонстрируют самостоятельность при выполнении работы, аккуратность, усидчивость;

- умеют работать индивидуально и в команде;
- умеют осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения задач и личностного развития;
- проявляют уважительное отношение к чужому труду.

СОДЕРЖАНИЕ

Модуль 1. Введение в туроператорскую деятельность	5
Тема 1.1. Условия формирования и развития туризма	5
Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование туроператорской деятельности	11
Тема 1.3. Основы работы туроператорской организации	16
Модуль 2. Турпродукт и его составляющие	22
Тема 2.1. Турпродукт: виды, особенности	22
Тема 2.2. Транспортные услуги	30
Тема 2.3. Наземные услуги	34
Тема 2.4. Анализ деятельности туроператоров	49
Модуль 3. Разработка турпродукта и его продвижение	52
Тема 3.1. Формирование туристского продукта	52
Тема 3.2. Этапы вывода турпродукта на рынок	55
Тема 3.3. Маркетинговая кампания и продвижение	57
Для заметок	59

Модуль 1. Введение в туроператорскую деятельность

Тема 1.1. Условия формирования и развития туризма

История развития туризма в России

Географическое положение России с древнейших времен обеспечивало устойчивые международные связи. С принятием христианства эти контакты еще больше укреплялись за счет приезжавших из Византии представителей церкви, переводчиков, переписчиков книг, расширялись торговые связи.

Декабрь 1777г. – начало организованного туризма: В. Генш опубликовал в «Московских ведомостях» приглашение «План приемлемого путешествия в чужие края, сочиненный по требованию некоторых особ содержанием благородного пансиона».

1779г. – А. Богдановым написан путеводитель «Историческое, географическое и топографическое описание Санкт-Петербурга от начала заведения его, с 1703 по 1751 год», который можно считать туристским.

Февраль 1871г. – появился прообраз турфирмы под названием «Акционерное общество Иматы», специализирующейся на обслуживании туристов в России.

Создание досуговых объединений «Тифлисский альпинистский клуб», «Крымский горный клуб», «Общество велосипедистов-туристов», «Российское общество туристов» и т.д. способствовало развитию туристического бизнеса в России.

Международная и внутривосточная обстановка в этот период (1-я мировая война, экономическая депрессия, 2-я мировая война, а внутри России – февральская и Октябрьская революции, гражданская война) оказала негативное влияние на развитие туризма, но именно в этот период происходит мощный расцвет массового туризма в России.

Этапы развития туризма в России

Просветительский (до 1890 г.) характеризовался отдельными примерами использования экскурсий, походов, путешествий, прежде всего в целях образования и сбора научно-географической и краеведческой информации о различных районах и родном крае.

Предпринимательский – начался с развитием капитализма в России. В это время не только быстро растет туристская инфраструктура – рестораны, гостиницы, транспортная сеть, но и начинает формироваться туристский рынок, в котором явно прослеживаются 2 основных сегмента – элитарный туризм состоятельных слоев и экскурсионный, рекреационный туризм интеллигенции. Появляются многочисленные туристские фирмы, бюро, компании, клубы, общества.

Организационно-централизованный (1927г. – конец 60-х гг.) характеризуется возникновением в 1928 г. Общества пролетарского туризма и монополизацией туризма: передача туризма и экскурсий в ведение профсоюзов.

Административно-нормативный (1969-1990 гг.) – характеризовался быстрыми темпами развития социального туризма и в то же время еще более быстрым отставанием качества обслуживания от стандартов индустрии туризма западных стран.

Переходный (с 1990 г.) – в нем проявились некоторые новые тенденции развития туристского хозяйства в условиях экономических реформ:

а) изменение структуры рекреационных потребностей и начало сегментации туристского рынка;

б) активное развитие малых и средних туристских предприятий;

в) переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений;

Основные игроки рынка туризма в мире

Туризм – _____

Турист – _____

Заказчик турпродукта – _____

Турист  ?  Заказчик

Туристская деятельность – _____

Туроператорская деятельность – _____

Турагентская деятельность – _____

Центр бронирования – _____

Турагентская сеть – _____

Контрагент – _____

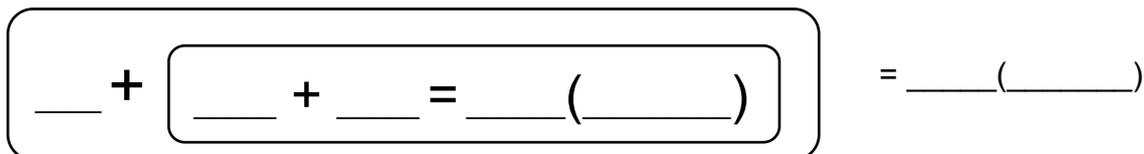
Принимающая компания – _____

Контрагент  ?  Принимающая компания

Используя обозначения, заполните схему, иллюстрирующую отличие туроператорской деятельности (ТО) от турагентской деятельности (ТА).

Ф – формирование, П – продвижение, Р – реализация.

ЮЛ – юридическое лицо, ИП – индивидуальный предприниматель

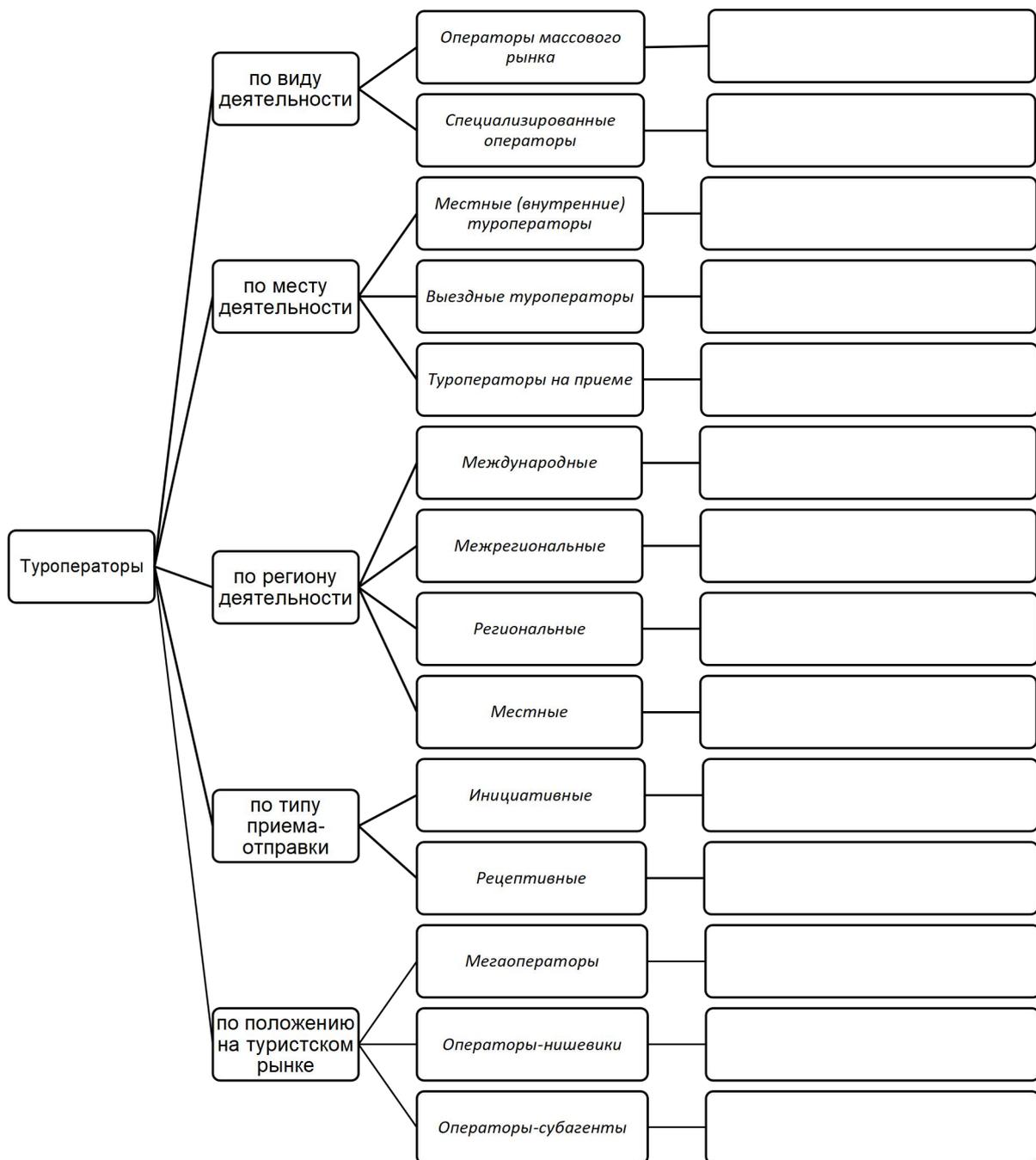


Туристские ресурсы – _____

Туристская индустрия – _____

Туроператоры: виды, особенности работы

Туроператор - _____



На сегодняшний день взаимодействие между туроператором и турагентом происходит в автоматизированном формате: в личном кабинете туроператора турагент может самостоятельно бронировать заявку на тур, проводить ее модификацию (замена данных туристов, отеля, категории номера, типа питания и т.д.), аннуляцию заявки. Многие действующие туроператоры перевели в автоматизированный формат обработку документов по претензиям туристов.

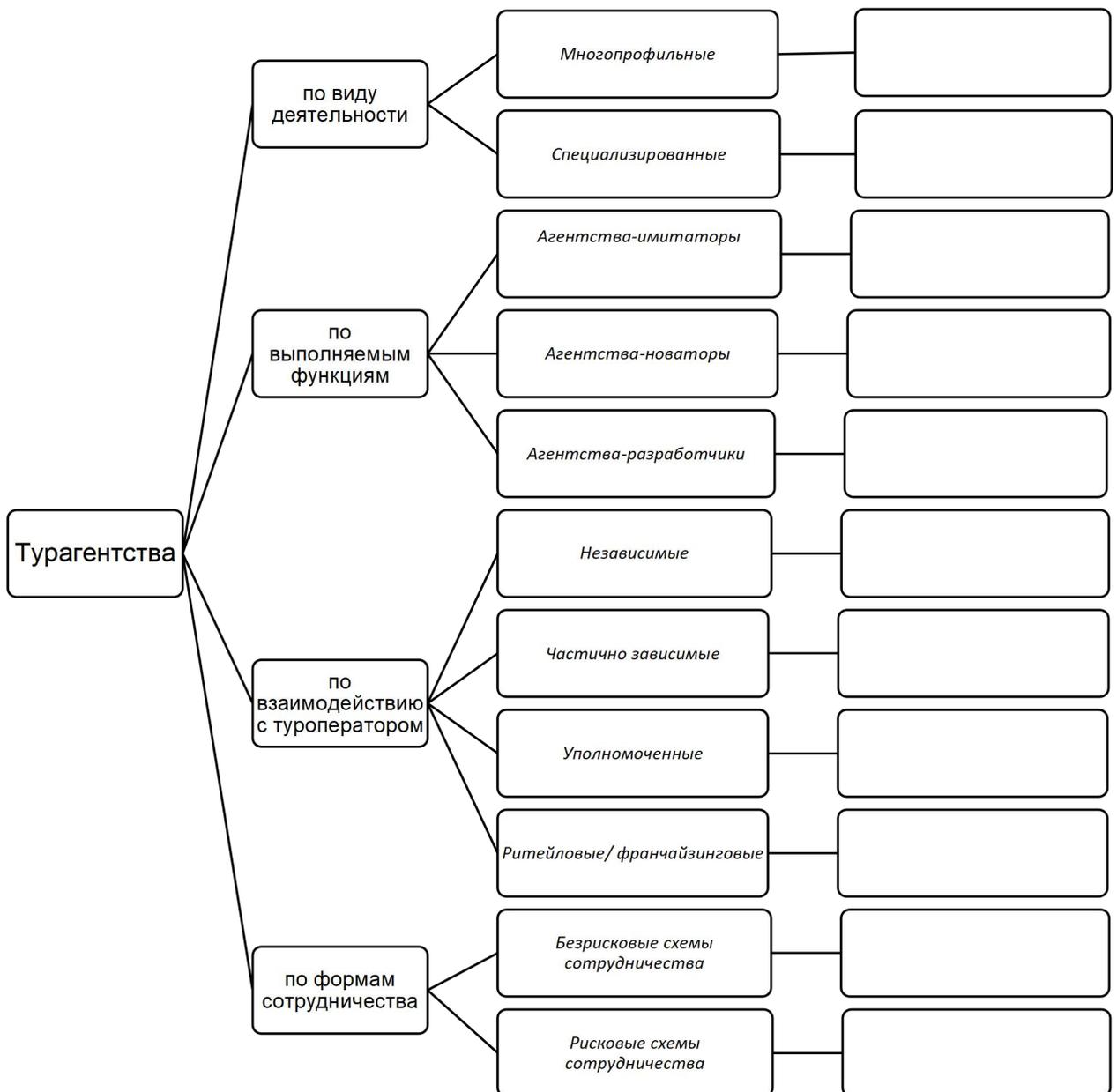
Туроператоры РФ в своей деятельности используют автоматизированное программное обеспечение для туроператорских компаний на базе двух поставщиков: САМО-тур и Мастер-тур. Программные комплексы позволяют участникам туроператорского рынка наладить эффективную работу и учет внутри компании, а также упростить взаимодействие с партнерами.

Турагентства. Турагентские сети.

Турагент - _____

Основные задачи турагентства:

- полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т.д.
- продвижение этой информации с помощью рекламы;
- организация продажи туристического продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристического бизнеса.



Перечислите крупнейшие турагентские сети в России

Центры бронирования

Центр бронирования - _____

ТОП-10 причин работать с центром бронирования турагентствам

1. Турагентству не нужно заключать договоры с каждым туроператором, так как подписывается один субагентский договор с центром бронирования, и турагент может выбирать тур любого оператора.
2. Субагентский договор составлен профессиональным юристом, поэтому руководитель может быть уверен, что интересы его бизнеса учтены максимально.
3. Центр бронирования не требует от выполнения планов продаж, депозитов и обеспечительных платежей.
4. Центр бронирования предлагает более гибкие условия оплаты тура.
5. Турагентство сразу получает повышенную комиссию ведущих туроператоров, независимо от своих объемов и срока работы.
6. Центр бронирования предоставляет турагентству целый комплекс услуг по поддержке, включающий в себя помощь менеджеров по работе с агентствами, кураторов, бронировщиков, юридической службы, бухгалтерии и даже дизайнеров.
7. Пункт № 6 имеет еще одну выгоду — финансовую, ведь турагентству не придется тратиться, чтобы нанять исполнителей всех этих работ на аутсорсинге.
8. Центр бронирования предоставляет турагентствам бесплатную систему поиска и бронирования туров. Чаще всего это сервис одного окна, который очень облегчает работу профи: благодаря ему не нужно разбираться со множеством документов, договорами, условиями оплаты туроператора.
9. При проблемах сетевому объединению гораздо легче и проще отстаивать интересы отдельно взятого агентства, так как влияние центра бронирования, учитывая его объемы, гораздо больше, чем обычного турагентства.
10. Агентов, которые работают в одной сети, объединяет корпоративный дух.

Отсканируйте QR-код, ознакомьтесь с материалом.



Сформулируйте и перечислите отличия туроператора от центра бронирования.

Перечислите крупнейшие центры бронирования в России

Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование туроператорской деятельности

Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие туроператорскую деятельность

<p>Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»</p>	
<p>Закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»</p>	
<p>1. Постановление Правительства Российской Федерации от 11 августа 2020 г. № 1209 «Об утверждении Правил оказания экстренной помощи туристам и Правил финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам из резервного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма» 2. Постановление Правительства Российской Федерации от 23 сентября 2020 г. № 1532 «Об утверждении Правил возмещения реального ущерба туристам и (или) иным заказчикам туристского продукта из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма» 3. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» 4. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» 5. Постановление Правительства Российской Федерации от 3 декабря 2020 г. № 2000 «Об утверждении Правил аккредитации организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей» 6. Приказ Ростуризма от 29 апреля 2021 г. № 160-Пр-21 «Об утверждении Порядка принятия объединением туроператоров в сфере выездного туризма по согласованию с Федеральным агентством по туризму решения об освобождении туроператора от финансового обеспечения ответственности туроператора в сфере выездного туризма и уплаты взносов в фонд персональной ответственности туроператора» 7. Приказ Федерального агентства по туризму от 8 сентября 2020 г. № 287-Пр-20 «Об утверждении Правил классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей»</p>	
<p>Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.»</p>	
<p>Указ Президента РФ от 05.06.2020 № 372 «О совершенствовании</p>	

Реализация туристского продукта осуществляется на основании _____, заключаемого в _____ форме, в том числе в форме _____, между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, а в некоторых случаях, между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком.

Претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристом и (или) иным заказчиком туроператору в _____ форме в течение _____ дней со дня окончания действия договора и подлежат рассмотрению в течение _____ дней со дня получения претензий.

Глава 7. Безопасность туризма

Безопасность туризма – _____

При расторжении до начала путешествия договора о реализации туристского продукта в связи с наступлением обстоятельств, указанных в статье 14, туристу и (или) иному заказчику возвращается денежная сумма, равная _____ туристского продукта, а после начала путешествия - _____ не оказанных туристу услуг.

Договор добровольного страхования обеспечивает _____

В случае отказа от заключения договора добровольного страхования расходы на оказание медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания несет _____, а расходы на возвращение тела (останков) несут _____. Туроператор (турагент) обязан разъяснить данный факт туристу _____.

Единый федеральный реестр туроператоров России

Реестр туроператоров является _____

Ведение реестра осуществляется _____

Решение о внесении сведений о туроператоре в реестр туроператоров либо об отказе во внесении в реестр туроператоров этих сведений принимается не позднее _____ со дня поступления заявления юридического лица.

Основанием для отказа во внесении сведений о туроператоре в реестр туроператоров является:

Финансовые гарантии туроператора

Договор страхования ответственности туроператора либо банковская гарантия должны обеспечивать _____

Финансовое обеспечение ответственности туроператора должно гарантировать:

Туроператор не позднее _____ дней со дня досрочного расторжения договора страхования ответственности туроператора либо отзыва банковской гарантии обязан представить в _____ документ, подтверждающий наличие у него финансового обеспечения ответственности туроператора.

Найдите соответствие размера финансового обеспечения ответственности туроператора с категорией туроператора.

Размер финансового обеспечения ответственности туроператора не может быть меньше:

- | | |
|---|--|
| – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма или въездного туризма | 3 % (на 2016 год), с 2017 года
5 % общей цены туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год, но не менее, чем 50 000 000 руб.
10 000 000 руб. |
| – для туроператоров, у которых показатель количества туристов в сфере выездного туризма за год составил более чем 10 000 туристов включительно, а общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год составила более чем 40 000 000 рублей | 50 000 000 руб. |
| – для туроператоров, у которых показатель количества туристов в сфере выездного туризма за год составил не более чем 10 000 туристов включительно, а общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год составила не более чем 40 000 000 рублей | 500 000 руб. |
| – для туроператоров, не осуществлявших в предыдущем году деятельности в сфере выездного туризма | |
| – для юридических лиц, намеревающихся осуществлять туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма и ранее не | |

осуществлявших такой деятельности

В случае, если туроператор осуществляет туроператорскую деятельность в нескольких сферах туризма, применяется наименьший / наибольший (правильное подчеркнуть) размер финансового обеспечения ответственности туроператора.

С 2021 года в соответствии с Приказом Ростуризма от 29 апреля 2021 г. № 160-Пр-21 может быть принято решение об освобождении туроператора от финансового обеспечения ответственности туроператора в сфере выездного туризма и уплаты взносов в фонд персональной ответственности туроператора. Данное решение принимается, в случае если размер фонда в текущем году становится максимальным (составляет не менее семи процентов от общей цены туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий календарный год).

Зона ответственности туроператора

Туроператор несет ответственность за нарушение законодательства РФ о туристской деятельности в соответствии со статьей 14.51 Кодекса об административных правонарушениях.

Найдите соответствие нарушения с налагаемым административным наказанием.

Осуществление туроператорской деятельности лицом, сведения о котором отсутствуют в едином федеральном реестре туроператоров

✓ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 30 000 до 50 000 рублей; на юридических лиц - от 500 тысяч до 1 миллиона рублей

Нарушение туроператором установленного законодательством порядка определения размера финансового обеспечения ответственности туроператора при осуществлении туроператорской деятельности либо непредставление сведений о туроператоре или представление недостоверных сведений в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма для внесения в единый федеральный реестр туроператоров изменений в сведения о туроператоре

✓ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 50 000 до 100 000 рублей или дисквалификацию на срок от 6 месяцев до 1 года; на юридических лиц - от 1 миллиона до 3 миллионов рублей

Осуществление туроператором, не являющимся членом объединения туроператоров в сфере выездного туризма, деятельности в сфере выездного туризма

✓ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 10 000 до 30 000 рублей; на юридических лиц - от 50 000 до 100 000 рублей

Невнесение туроператором сведений о турагенте, осуществляющем продвижение и реализацию туристского продукта, сформированного туроператором, в единый федеральный реестр турагентов, субагентов, внесение сведений о турагенте в реестр турагентов с нарушением порядка, предусмотренного законодательством Российской Федерации, либо внесение в реестр турагентов недостоверных сведений

✓ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 50 000 до 100 000 руб. или дисквалификацию на срок от 6 месяцев до 1 года; на юридических лиц - от 5 миллионов до 10 миллионов рублей

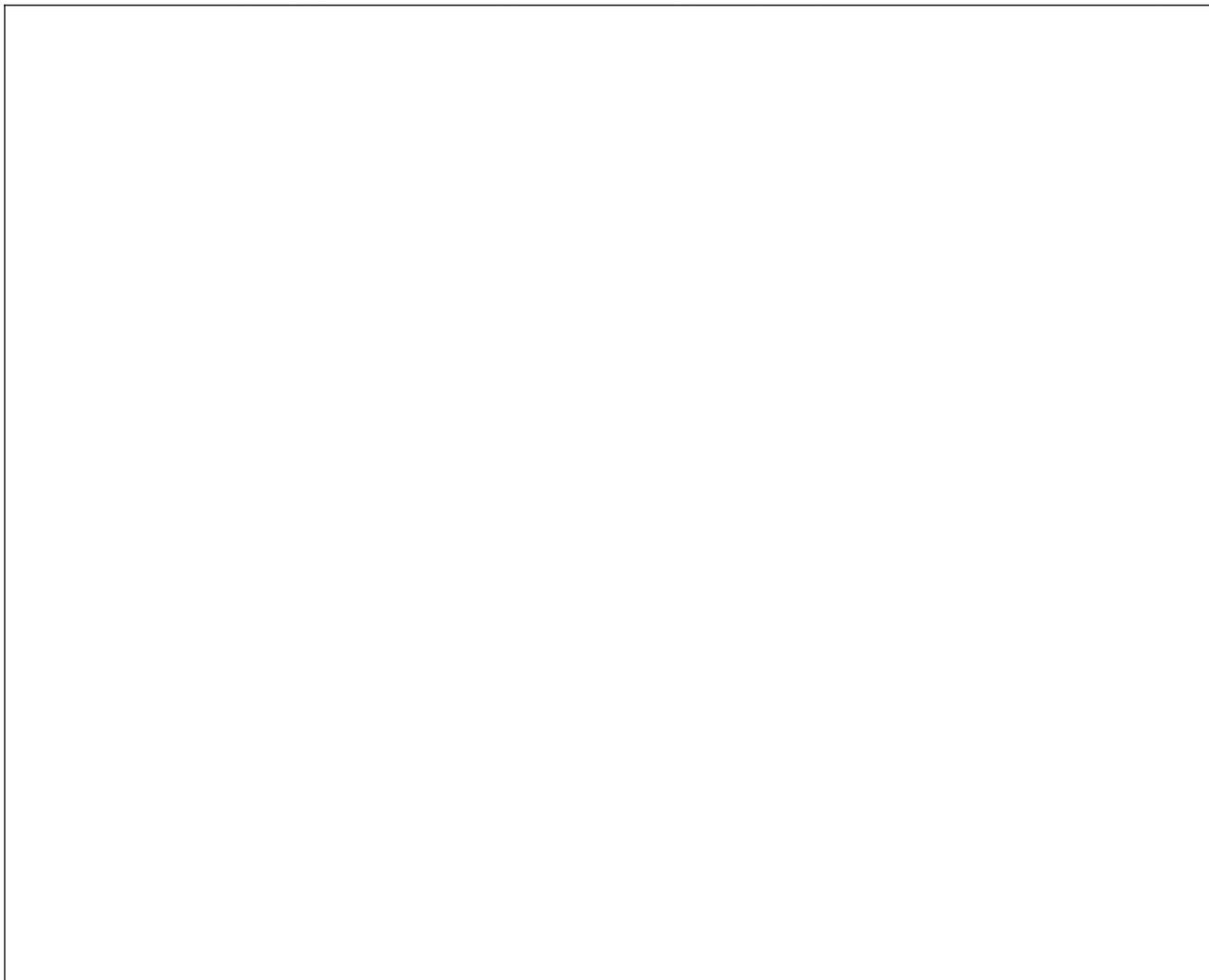
Тема 1.3. Основы работы туроператорской организации

Структура туроператорской организации

Структура организации – _____

№	Отдел	Функции отдела
1	Отдел продукта	Отдел занимается организацией туров, начиная от их проектирования, установления контактов с перевозчиками (авиа и прочими предприятиями), принимающей стороной (гостиницами и турбюро места и страны пребывания), составлением калькуляции будущего тура, заключения договоров с контрагентами (перевозчиками, гостиницами, турбюро), взаиморасчетами после окончания сроков заезда.
2	Отдел авиаперевозки	Отдел осуществляет функции: определение маршрута полета, выбор класса обслуживания, выбор схемы тарифа и системы льгот, бронирование мест по маршруту перелета, оплата мест, встреча в аэропорту и передача билетов.
3	Отдел по работе с агентствами	Отдел осуществляет планирование и организация обучения, повышение эффективности работы агентств, качества и конкурентоспособности и др.
4	Отдел бронирования	Отдел осуществляет обработку заявок, полученных от турагентов, уточнение недостающих параметров заявки у клиентов, возможных альтернатив при невозможности удовлетворения заявки, внесение изменений по заявке, а также проставление формальных штрафов по аннулированным заявкам.
5	FIT-отдел (отдел индивидуального бронирования)	Отдел работает с индивидуальными запросами, турами: бронирование отелей, индивидуальные трансферы, аренда автомобилей, индивидуальные экскурсии и тд.
6	MICE-отдел	Отдел осуществляет организацию деловых туров, корпоративных мероприятий.
7	Визовый отдел	Отдел, сотрудничающий с консульствами и консульскими отделами посольств, оказывает услуги, связанные с открытием виз в отдельные государства или зоны (ЕС).
8	Отдел выписки документов	Отдел осуществляет оформление документов для туристов.
9	Бухгалтерия	Отдел ведет взаиморасчеты с контрагентами фирмы, поставщиками различных услуг, связанных с содержанием офиса фирмы, расчеты с налоговыми службами и ФНС, осуществляет начисление и выплату зарплат штатным и внештатным сотрудникам турбюро.
10	Юридический отдел	Отдел осуществляет правовое сопровождение коммерческой деятельности, правовую защиту интересов компании (судебные, административные способы).
11	Финансовый отдел	Отдел осуществляет управление движением денежных средств

Изобразите структуру одного из крупнейших туроператоров России на ваш выбор.



Основные направления деятельности: выездной туризм, въездной туризм, внутренний туризм

Особенности разновидностей туризма

Вид туризма	Особенности
Выездной туризм	
Въездной туризм	

Внутренний туризм	
-------------------	--

Принципы взаимодействия с туристическими агентствами и туристами

Типы договоров, заключаемых между туроператорами и турагентами:

1. _____ Договор _____ комиссии _____ –

Особенности договора комиссии:

– турагент от своего имени заключает сделки с туристами, и все документы по ней оформляются на турагента (при этом он не обязан указывать, что он действует по указанию туроператора;

– туры, поступившие к турагенту от туроператора, являются собственностью туроператора, т.е. турагент только распоряжается ими, но не является их собственником;

– турагент обязан исполнить принятое на себя поручение на наиболее выгодных для туроператора условиях и в соответствии с его указаниями;

– турагент совершает сделки за счет туроператора, т.е. туроператор обязан, кроме уплаты комиссионного вознаграждения, возместить турагенту израсходованные им на исполнение комиссионного поручения суммы;

– турагент оказывает услуги туроператору за комиссионное вознаграждение, где его размер обычно устанавливается одним из следующих трех способов:

- фиксированная сумма, которая не зависит от цены сделки, совершенной турагентом;

- как разница между ценой, назначенной туроператором, и более выгодной ценой, по которой турагент совершит сделку;

- как процент от цены сделки, совершенной турагентом (данный процент может варьироваться в зависимости от условий туроператора и составлять 3-15%).

Расчеты между туроператором и турагентом могут строиться тремя способами:

1. _____

2. _____

3. _____

Договор комиссии является _____, т.е. если договор комиссии не был исполнен по причине, зависящей от туроператора, турагент сохраняет за собой право на комиссионное вознаграждение.

Если туроператор имеет возражения по отчету, то он обязан сообщить о них турагенту в течение _____ дней со дня получения отчета (если договор не устанавливает иное). Если возражений со стороны туроператора нет, отчет турагента считается принятым.

Туроператор вправе в любое время отказаться от исполнения договора комиссии, отменив данное турагентству поручение, а турагент в свою очередь вправе требовать возмещения убытков, вызванных отменой поручения. В случае, когда договор комиссии заключен без указания срока его действия, туроператор должен уведомить турагентство о прекращении договора не позднее чем за _____ дней. В этом случае туроператор обязан выплатить турагенту вознаграждение за сделки, совершенные им до прекращения договора, а также возместить турагенту понесенные им до прекращения договора расходы.

Турагент же не вправе (если иное не предусмотрено договором комиссии) отказаться от его исполнения, за исключением случая, когда договор заключен без указания срока его действия. В этом случае турагентство должно уведомить туроператора о прекращении договора также не позднее чем за _____ дней. Турагентство, отказавшееся от исполнения поручения, сохраняет право на комиссионное вознаграждение за сделки, совершенные им до прекращения договора, а также на возмещение понесенных до этого момента расходов.

2. Договор поручения – _____

При данном взаимоотношении туроператора с турагентом необходима выдача _____ на совершение действий. Данный тип договора может быть заключен либо с указанием срока, в течение которого турагент вправе действовать от имени туроператора, либо без него. Но при этом важно помнить, что сама доверенность является срочным документом и срок ее действия не может превышать _____ лет.

Действие доверенности может быть прекращено в следующих случаях:

- истечение срока доверенности;
- отмена доверенности туроператором (туроператор обязан известить об отмене доверенности турагентство);
- отказа турагента;
- прекращение деятельности туроператора как юридического лица, выдавшего доверенность;
- прекращение деятельности турагента как юридического лица, которому выдана доверенность.

Заключая договор поручения, турагент не имеет возможности участвовать в расчетах, т.е. удерживать причитающееся ему вознаграждение и изменять цену услуг без согласования с туроператором (договор поручения лишает турагента возможности самостоятельно делать скидки клиентам). Согласно договору поручения туроператор обязан начислить турагенту вознаграждение за оказанные услуги согласно порядку, прописанному в договоре. Обычно начисление вознаграждения турагенту происходит при совершении сделки с туристом, что оформляется актом об оказанных услугах, подписанным туроператором и турагентом.

3. Агентский _____ договор – _____

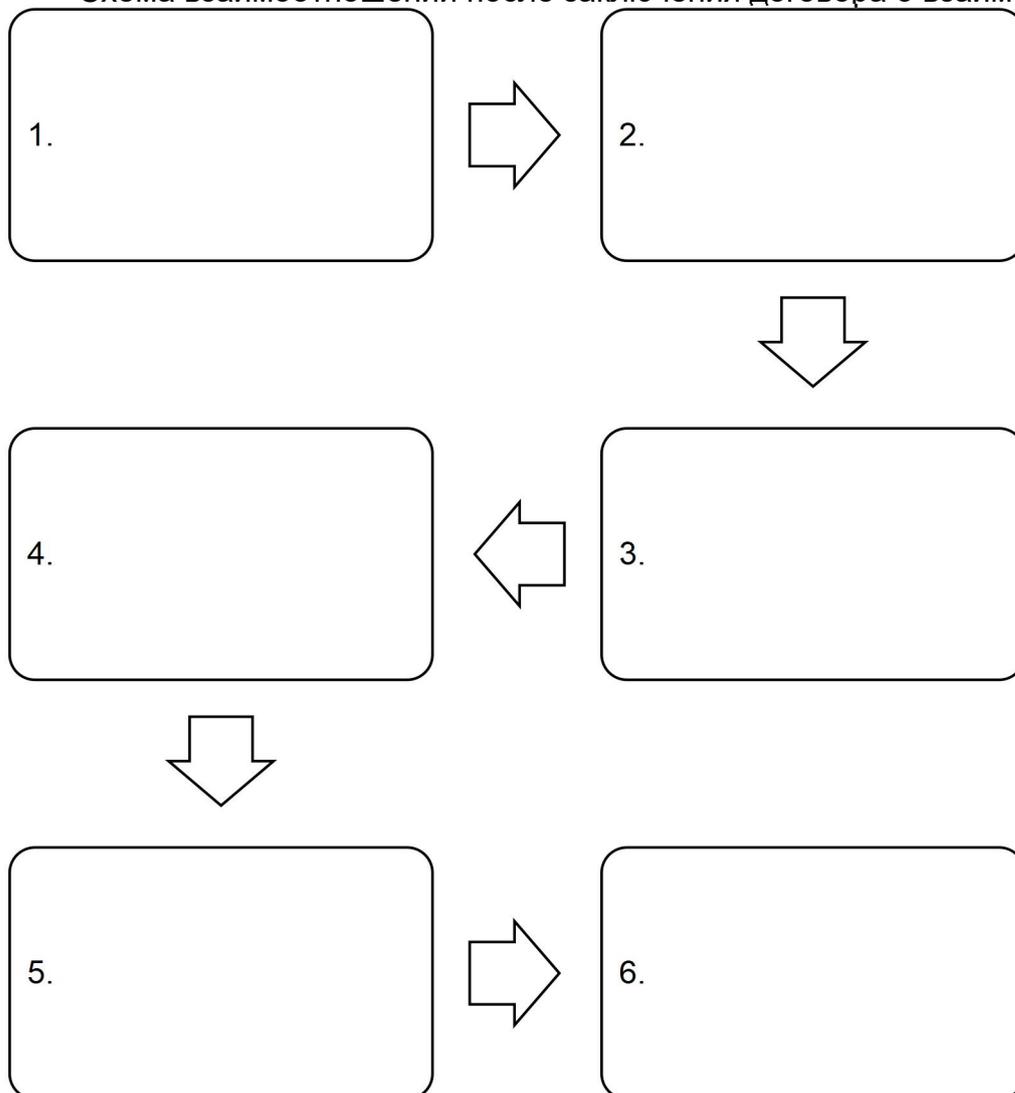
Туроператор обязан уплатить турагенту вознаграждение в размере и в порядке, установленных в агентском договоре. При отсутствии в договоре условий о порядке уплаты агентского вознаграждения туроператор обязан уплачивать вознаграждение в течение недели с момента представления ему турагентом отчета за прошедший период, если из существа договора или обычаев делового оборота не вытекает иной порядок уплаты вознаграждения. При этом права и обязанности распределяются в зависимости от вида агентского договора:

- если турагент совершает сделку с туристом от своего имени и за счет туроператора, он приобретает права и становится обязанным;
- если турагент совершает сделку с туристом от имени и за счет туроператора, права и обязанности возникают непосредственно у туроператора.

Агентский договор может ограничивать права туроператора и турагента. Например, агентским договором может быть предусмотрено:

- обязательство туроператора не заключать аналогичных агентских договоров с другими турагентами, действующими на определенной в договоре территории;
- обязательство турагента не заключать с другими туроператорами аналогичных агентских договоров, которые должны исполняться на территории, полностью или частично совпадающей с территорией, указанной в договоре.

Схема взаимоотношений после заключения договора о взаимосоотрудничестве:



Взаимоотношения туроператоров и турагентств касаются не только реализации турпродуктов, но и внереализационной деятельности, к которой относят:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Туроператор обеспечивает оказание туристу всех услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением третьих лиц. Туроператор и турагент несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств как друг перед другом, так и перед туристом и (или) иным заказчиком. Туроператор и турагент самостоятельно отвечают перед туристом и (или) иным заказчиком.

При реализации туристского продукта туроператор, турагент, действуя в качестве страхового агента от имени и за счет страховщика, вправе заключить с туристом или иным заказчиком в пользу туриста договор _____ страхования имущественных интересов туриста.

Модуль 2. Турпродукт и его составляющие

Тема 2.1. Турпродукт: виды, особенности

Понятие «туристского продукта»

Туристский продукт – _____

Потребительские свойства турпродукта:

- обоснованность – _____

- надежность – _____

- эффективность – _____

- целостность – _____

- ясность – _____

- простота в эксплуатации;

- гибкость – _____

- полезность – _____

Основные этапы разработки турпродукта:

– оценка привлекательности и туристического потенциала;

– оценка безопасности и сезонности направления;

– оценка политической ситуации;

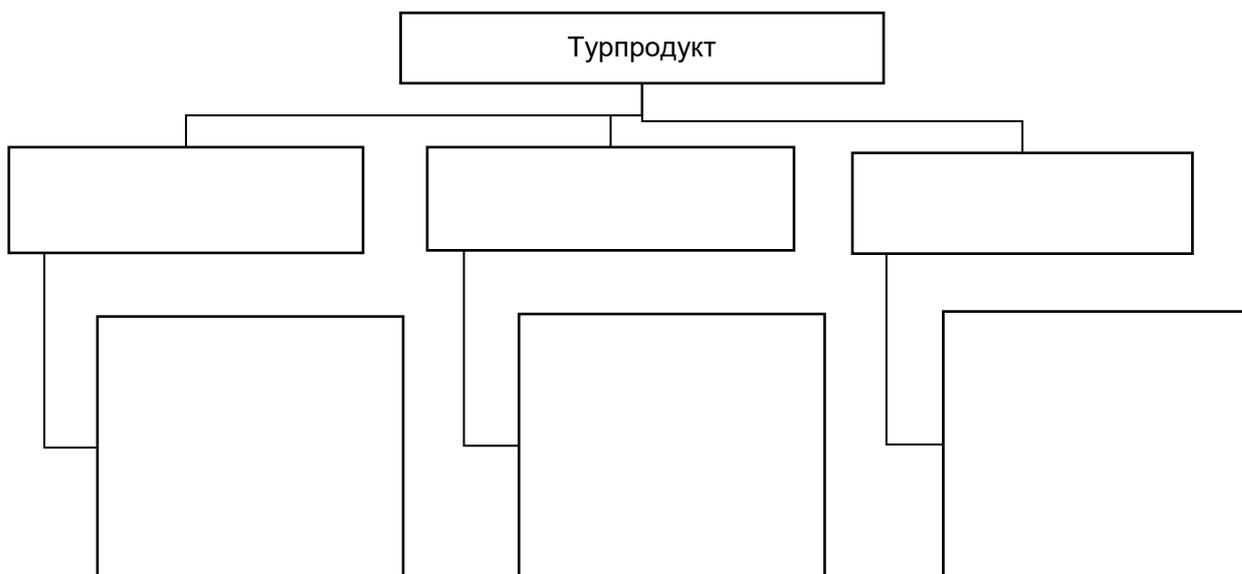
– расчет продолжительности и цикличности поездок (туров);

– оценка возможностей и доступности перевозки, отельной базы;

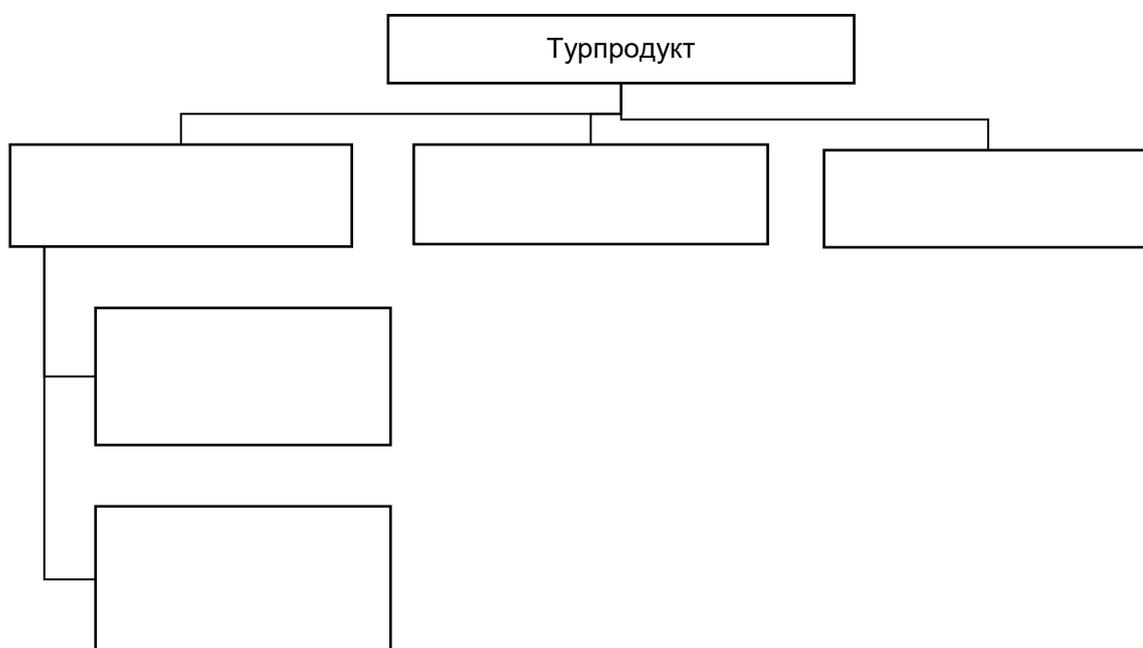
– наличие туристкой инфраструктуры;

– возможность заключения партнерских соглашений для встречи туристов.

Основные составляющие турпродукта



Элементы турпродукта:



Пакетный тур:

- авиаперелет (регулярный/чартерный рейс; эконом/бизнес класс)
- страховка (стандартная / расширенная)
- проживание (уровень отеля: от эконома до премиум сегмента)
- трансфер (групповой / индивидуальный)
- экскурсии (групповые / индивидуальные)
- дополнительные услуги (Fast track, Marhaba Service и т.д.)

Виды, классификация, особенности турпродукта

Классификация турпродукта

1. По территориальной ориентированности (направленности) турпродукт в Российской Федерации бывает трех видов:

1) внутренний турпродукт – _____

_____ ;
2) выездной турпродукт – _____

_____ ;
3) въездной турпродукт – _____

_____ .
2. По масштабности и субъекту генерирования турпродукта выделяют следующие его виды:

1) турпродукт, как результат деятельности отдельно взятой турфирмы – _____

_____ ;
2) брендовый турпродукт – _____

_____ ;
3) национальный турпродукт – _____

_____ .
3. По основным мотивам приобретения турпродукта туристом выделяют следующие их виды:

1) культурно-познавательный турпродукт – _____

_____ ;
2) религиозный (паломнический) турпродукт – _____

_____ ;
3) экологический турпродукт – _____

_____ ;
4) спортивный турпродукт – _____

_____ ;
5) оздоровительный турпродукт – _____

_____ ;
6) образовательный турпродукт – _____

_____ ;
7) профессионально-деловой турпродукт – _____

_____ .
4. По продолжительности турпродукта выделяют следующие виды:

1) краткосрочный турпродукт – _____

2) среднесрочный турпродукт – _____;

3) долгосрочный или длительный турпродукт – _____.

5. По степени организации турпродукт подразделяется на:

1) турпродукт массового спроса (туризма) – _____;

2) индивидуальный турпродукт – _____.

6. По возрастному цензу туристов:

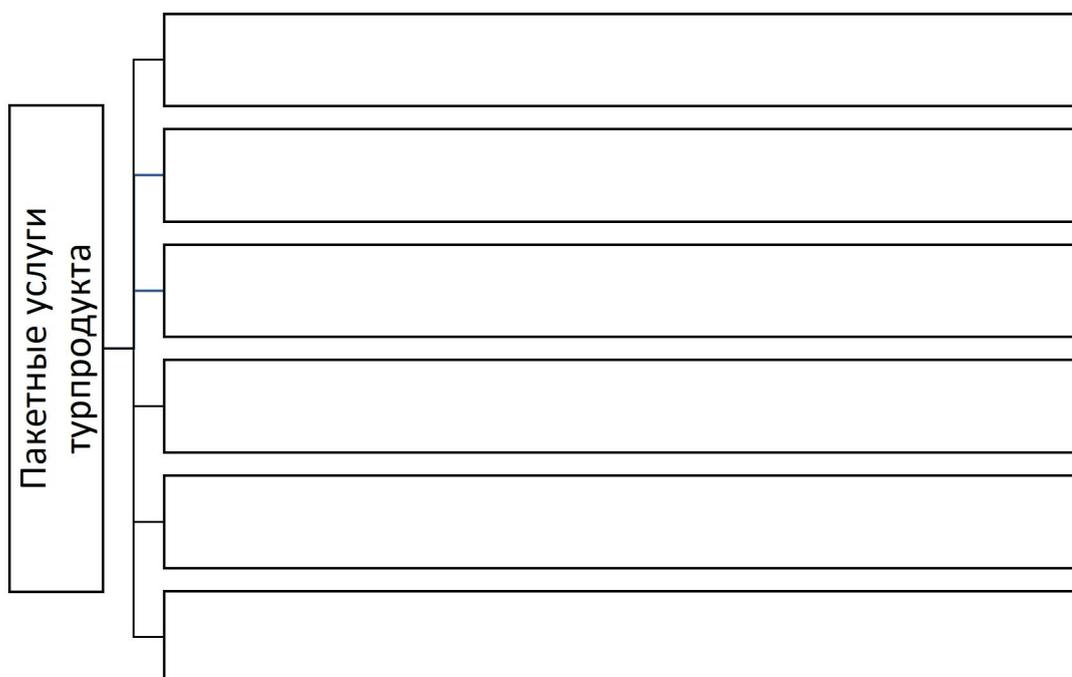
1) детский турпродукт;

2) молодежный турпродукт;

3) турпродукт для лиц средней возрастной группы;

4) турпродукт лиц пожилого возраста.

Виды пакетных услуг турпродукта



Понятие «индивидуального турпродукта»

Индивидуальный турпродукт – _____

При формировании индивидуального тура, клиент имеет право самостоятельно выбрать:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____
6. _____

Преимущества индивидуального тура:

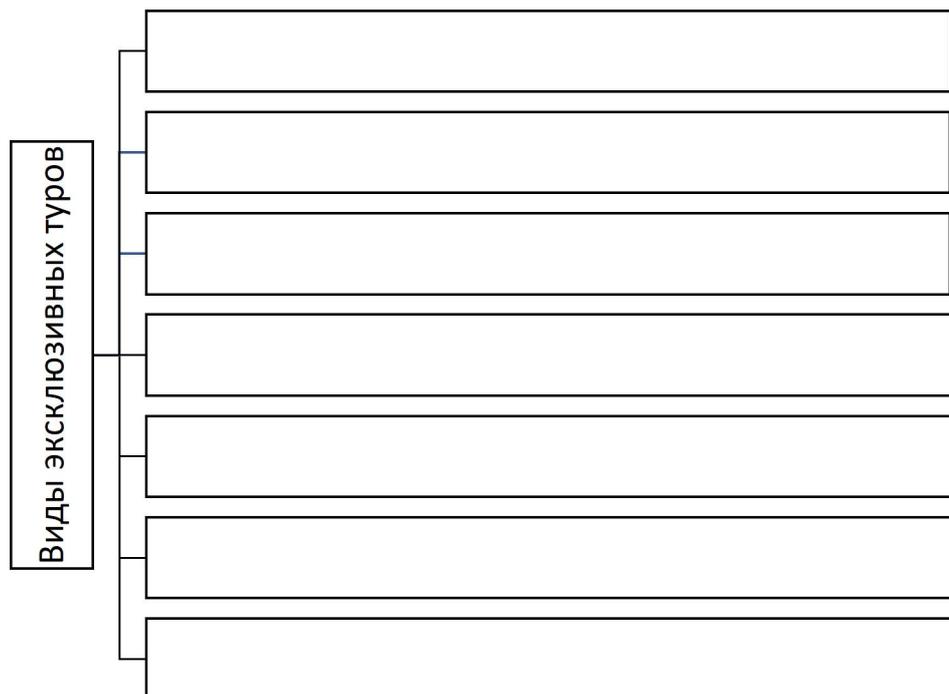
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Минусы индивидуального тура:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Эксклюзивные туры и направления, включая маршруты при занятиях пешеходным туризмом и трекингом

Эксклюзивный тур – _____



Пешеходный туризм – _____

Трекинг – _____

Хайкинг – _____

Бэпкекинг – _____

Практическое занятие 1 Анализ базы турпродуктов туроператорских компаний

Практическая работа № 1

Проведите сравнительный анализ турпродуктов по направлению Тюменская область с вылетом из Москвы у 4 туроператоров. Определите уникальность и концепцию продвижения турпродуктов по каждому из туроператоров и заполните таблицу.

Туроператор	Частота полетной программы	Позиционирование турпродукта (целевая аудитория, ценовой сегмент)	Отличительные особенности
Туроператор «Coral Travel»			
Туроператор «Алеан»			
Мастерская путешествий «Рыжий слон»			
Туроператор «Siberia Travel»			

Практическая работа № 2

Проведите сравнительный анализ турпродуктов по направлению Турция с вылетом из Москвы у 4 крупных туроператоров. Определите уникальность и концепцию продвижения турпродуктов по каждому из туроператоров и заполните таблицу.

Туроператор	Частота полетной программы	Позиционирование турпродукта (целевая аудитория, ценовой сегмент)	Отличительные особенности

Практическая работа № 3

Проведите сравнительный анализ турпродуктов по разным направлениям (по 4 направлениям на Ваш выбор) с вылетом из Москвы у туроператора ANEX TOUR. Определите уникальность и концепцию продвижения каждого направления и заполните таблицу.

Направление	Частота полетной программы	Позиционирование направления (целевая аудитория, ценовой сегмент)	Отличительные особенности

Вывод по практическому занятию: _____

Тема 2.2. Транспортные услуги

Практическое занятие 2 Анализ крупнейших авиаперевозчиков. Осуществление регулярных и чартерных рейсов

Договоры с авиакомпаниями могут быть трех видов:

- договор на квоту мест на регулярных авиарейсах;
- агентское соглашение;
- чартер (аренда самолета).

Регулярный рейс – _____

Чартер – _____

Квота мест в рамках договора на квоту мест на регулярных авиарейсах может быть жесткой или мягкой. Это влияет как на условия договора, так и на специальные льготы и скидки. При жесткой квоте мест вся ответственность за не реализацию мест падает на туристскую фирму, независимо от причины не реализации. Финансовые потери несет турфирма. При мягкой квоте мест устанавливаются сроки возможного отказа туристской фирмы от квоты или части квоты мест по причине не реализации туристских путевок. Эти сроки предусматривают возможность дальнейшей реализации этих мест самой авиакомпанией или другими ее агентами.

Агентское соглашение с авиакомпанией: некоторые авиакомпании считают своими агентами все туристские фирмы, имеющие с ними договор на квоту мест. Однако в чистом виде агентское соглашение – это работа по реализации авиабилетов, т.е. когда туристская фирма получает возможность самостоятельно выступать как агентство авиакомпании по продаже билетов, что упрощает и ускоряет процедуру бронирования и оформления проездных документов. Туристская фирма сама выступает в качестве кассы по продаже билетов авиакомпании, т.е. сама выписывает билеты и имеет соответствующее компьютерное оборудование и право доступа к сети бронирования данной авиакомпании.

При организации чартерных перевозок заказчик и авиакомпания определяют маршрут, оговаривают обязанности сторон, выясняют соответствие арендного договора международным правилам и определяют стоимость рейса, которая включает стоимость аренды самолета, расход топлива, работу экипажа, обслуживание в аэропорту.

Особенность чартерных авиарейсов состоит в том, что на 10 туристских заездов приходится 11 авиарейсов, т.е. действует формула $N + 1$. Таким образом, наибольшее число полетов за период действия авиачартерной программы снижает затраты на «выпадающий» рейс, а значит снижает и перевозочный тариф. Практика показывает, что браться за организацию подобных рейсов имеет смысл только тогда,

когда за 4-5 месяцев возможно проведение как минимум 15-17 сдвоенных рейсов (туда и обратно). Периодичность рейсов - 1-2 раза в неделю и совсем редко - в 10 дней или в 2 недели. В сезон реально можно организовывать 20 заездов (при еженедельных полетах), можно даже увеличить количество полетов до 2 раз в неделю, тогда количество полетов за сезон возрастает до 40. Это значительно снижает тариф, но недоступно для большинства туристских фирм.

Этим объясняется возникновение на рынке промежуточных предпринимателей - фирм-оптовиков, которые реализуют блок-чартеры (по 10-30 мест). Продажу блоков мест на свой чартер туроператор-оптовик, как правило, проводит по терм вариантам: жесткий блок, мягкий блок и комбинированный.

Мягкий блок, при котором заказчик не имеет никакой финансовой ответственности, но имеет право в заранее оговоренные сроки полностью или частично отказаться от своих мест. Отказ в более поздние сроки облагается штрафом. Применяют их достаточно редко, т.к. оптовикам это не выгодно.

Жесткий блок предусматривает строгие договорные обязательства по срокам продажи и оплате. Заказчик вносит предоплату, размер которой обычно включает сумму стоимости двух парных авиарейсов. Тарифы на 10-15 % ниже, чем на мягком. Цена фиксируется на весь сезон, что дает возможность реализаторам варьировать цены в пик сезона и в конце его.

Комбинированный блок наиболее распространен. Он сочетает элементы двух предыдущих вариантов. Общее число мест, входящих в реализуемый блок, делится в определенной пропорции на две части, одна из которых реализуется по жесткой системе, другая - по мягкой.

Практическая работа № 1

Найдите соответствие туроператоров его флагманским авиакомпаниям.

TEZ TOUR	Собственная авиакомпания NordWind, Pegas Fly, Turkish Airlines
Библио-Глобус	Собственная авиакомпания I Fly
Sunmar	Royal Flight («дочка» Utair)
Pegas Touristik	Azur Air
Coral Travel	Россия (группа Аэрофлот)
Натали Турс	Ямал
TUI Russia	Utair и Royal Flight
ANEX TOUR	S7 Airlines

Практическая работа № 2

Заполните таблицу, характеризующую крупные авиакомпании

№	Авиакомпания	Год основания	Базовый аэропорт	Вид перевозки
1	NordWind			
2	Pegas Fly			
3	Turkish Airlines			

4	I Fly			
5	Royal Flight			
6	Azur Air			
7	Россия			
8	Ямал			
9	Utair			
10	S7 Airlines			

Практическая работа № 3

Впишите аббревиатуры, соответствующие авиакомпаниям.

Авиакомпания	Аббревиатура
Победа	
Emirates	
Ellinair	
Etihad Airways	
ГТК «Россия»	
Flydubai	
Газпромавиа	
IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPANA, S.A.	
KLM ROYAL DUTCH AIRLINES	
LUFTHANSA	
Nordwind Airlines	
CZECH AIRLINES	
Qatar Airways	
Smart Wings	
Оренбургские авиалинии	
Royal Flight	
Сибирь	
Singapore Airlines	
Аэрофлот	
TURKISH AIRLINES	
Уральские авиалинии	
ЮТЭЙР	
Red Wing	
AZUR AIR	

Практическое занятие 3 Поиск авиабилета по заданным параметрам

Практическая работа № 1

Используя официальный сайт авиаперевозчика (на Ваш выбор), найдите авиабилеты по запросу: семья из трех человек (мама, папа и ребенок 4 лет) планирует отправиться из г. Санкт-Петербург в г. Тюмень _____, обратно планируют вернуться _____. Заполните таблицу.

Название авиакомпании, аббревиатура	№ рейса	Дата	Время вылета	Время прилета	Время в пути	Багаж	Ручная кладь
Туда:							
Описание услуг на рейсе:							

Обратно:							
Описание услуг на рейсе:							

Практическая работа № 2

Используя официальный сайт авиаперевозчика (на Ваш выбор), найдите авиабилеты по запросу: группа молодых людей из 4 человек планирует отправиться из г. Тюмень в г. Стамбул _____, обратно планируют вернуться _____. Заполните таблицу.

Название авиакомпании, аббревиатура	№ рейса	Дата	Время вылета	Время прилета	Время в пути	Багаж	Ручная кладь
Туда:							
Описание услуг на рейсе:							
Обратно:							
Описание услуг на рейсе:							

Практическая работа № 3

Используя официальный сайт туроператора (на Ваш выбор), найдите авиабилеты по запросу: молодая семья планирует отправиться на медовый месяц в Турцию _____ на 7 дней. Заполните таблицу.

Название авиакомпании, аббревиатура	№ рейса	Дата	Время вылета	Время прилета	Время в пути	Багаж	Ручная кладь
Туда:							
Описание услуг на рейсе:							
Вид рейса:							
Обратно:							

--	--	--	--	--	--	--	--

Описание услуг на рейсе:

Вид рейса:

Укажите туроператора: _____

Тема 2.3. Наземные услуги

Практическое занятие 4 Анализ объектов размещения и номерного фонда отелей. Поиск объекта размещения по заданным параметрам

Средство размещения – _____

Номерной фонд – _____

Практическая работа № 1

Сравните средства размещения по заданным критериям.

Показатель	Хостел	Гостиница	Отель	Апартаменты	Вилла
Цена					
Условия					
Комнаты					

Уборка в номерах					
Соседи по номеру					
Кухня					
Удобства					
Дополнительные услуги					
Целевая аудитория					

Сокращения и обозначения, принятые в туристской отрасли

Категории номеров

SNGL	Одноместное размещение
DBL	Двухместное размещение (одна большая кровать)
TWIN	Двухместное размещение (две отдельные кровати)
TRPL	Трехместное размещение
CHLD	Ребенок
INF	Инфант (ребенок от 0 до 1,99 лет)
Apartments	Апартаменты: тип номеров в гостиницах, по своему оформлению приближенные к виду современных квартир, включая места для приготовления еды (стоимость питания обычно не включается в стоимость номера);
Bungalow (BGL, BG)	Бунгало. Отдельная 1-2 этажная постройка. Обычно на 1-8 номеров

Connection (Connected room)	2 сообщающихся номера. Чаще есть возможность объединения двух стандартных номеров, иногда номер более высокой категории со стандартным.
Deluxe	фактически, suite, но с более дорогой обстановкой
Duplex	двухэтажный номер
Ex. suite	номер повышенной комфортности, состоящий из двух и более комнат: спальни (несколько спален) и холла больших размеров чем у Suite
Executive	номера повышенной комфортности, расположенные на одном или нескольких этажах. Гостям предлагается более высокий уровень обслуживания, а также дополнительные бесплатные услуги.
Family room	семейный номер, больше стандартной, обычно состоит из двух смежных комнат
Junior suite	номер большего размера, чем стандартный, обычно одна большая комфортабельная комната
MB (Main Building)	основное здание
ROH (run of the house)	номер без определенного вида, размещение на усмотрение отеля
Standard (STD)	стандартный номер
Studio	студия, однокомнатный номер больше стандартного с встроенной кухней
Suite	номер улучшенной планировки и категории(люкс)
Superior	комната большего размера, чем стандартная
Villa	Вилла. Отдельная постройка, обычно одноэтажная на 1-2 номера.
Water Bungalow	Бунгало на сваях над водой. Распространены в тропических островных странах
Balcony / With balcony	номер с балконом
Honeymoon suite	люкс для молодоженов
One bedroom	Номер с одной спальней
Cabana, Chale	одноэтажная пристройка к основному зданию
Category A	номер с двумя комнатами
Category B	семейный номер (от 3-х человек)
Category C	малый номер с двумя комнатами
Category D	номер с одной комнатой
Category E	семейный номер (только на 3-х человек)
Corner room	угловой номер
Cottage	коттедж
Double bed	двойная кровать (ширина приблиз. 140 см), обычно таких кроватей в номере две
Fare	бунгало в типичном полинезийском стиле
Honeymoon room	номер для молодоженов
Residence	резиденция: обычно имеется в виду отдельно стоящая вилла
Terrace	номер с террасой

Вид из окна

Beach front	номер находится практически на пляже
-------------	--------------------------------------

City view	вид на город
Dune view	вид на песок (дюны)
Garden view	вид на сад
Inside view	вид на атриум или внутреннюю часть отеля
Lagoone view	вид на лагуну
Land view	вид на окрестности
Mountain view	вид на горы
Ocean view	вид на океан
Park view	вид на парк
Partial sea view	частичный вид на море
Pool view	вид на бассейн
Sea view	вид на море
Side sea view	боковой вид на море

Виды размещения

DBL	Двухместное размещение
SNGL	Одноместное размещение.
TRPL	Трехместное размещение
EX.BED	Дополнительная кровать
QDR (Quadro)	Четырехместное размещение
CHD	ребенок; в скобках обычно указывается возраст. (5-12) следует читать - ребенок с момента исполнения 5 лет, до момента исполнения 12. В некоторых отелях максимальный возраст детей может достигать до 16 лет.
SNGL+CHD	размещение 1 взрослый и 1 ребенок
DBL+CHD	размещение 2 взрослых и 1 ребенок
inf (infant)	ребенок от 0 до 2 лет (до исполнения 2 лет)
рах	проживающий в номере, обычно не зависимо от возраста. Брах - пять человек.
2 + 1 (2-6,99)	Размещение 2 взрослых и ребенка в возрасте от 2 (уже исполнилось) до 7 (на момент окончания тура еще не исполнилось 7 лет)

Типы питания

A la carte restaurant	ресторан, где можно выбрать и заказать любое из блюд по меню
ALL, AI (all inclusive)	«Всё включено»: завтрак, обед и ужин (шведский стол). В течение дня предлагаются напитки (местного производства (алкогольные и безалкогольные)). В зависимости от категории отеля гостя порадуют дополнительным питанием. Это может быть второй завтрак, полдник, поздний ужин, легкие закуски, барбекю в барах отеля.
BB (bed & breakfast)	в стоимость включено только проживание и завтрак
BO (bed only)	без питания
Buffet	см. Шведский стол
FB (full board)	полный пансион (завтрак, обед и ужин)
HB (half board)	полупансион: завтрак и ужин (или обед), в некоторых отелях по своему усмотрению можно выбирать на каждый день обед или ужин.

HCAL, Imperial (high class all inclusive)	Разновидность типа питания «всё включено»: все бесплатно, кроме магазинов, телефона, врача, парикмахерской, некоторых водных видов спорта и подводного плавания.
RO (room only) EP (European Plan) BO (Bed Only) AO (Accommodation Only)	без питания
UAL, UAI (ultra all inclusive)	«Ультра всё включено»: завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин (шведский стол). Достойный выбор сладостей, десертов, всевозможных закусок, а также широкий выбор напитков местного и импортного производства. Большинство отелей, работающих по системе Ultra All Inclusive, предлагают гостям дополнительное бесплатное питание в ресторанах с кухней разных народов мира.
Шведский стол	вид самообслуживания в ресторанах, кафе, отличающийся тем, что посетители за единую усредненную плату получают любое количество блюд по своему выбору из числа предлагаемых, заранее выставленных в зале. Богатство и разнообразие шведского стола - в зависимости от категории отеля, а также по усмотрению администрации гостиницы.

Прочее

Business center	бизнес-центр - обычно помещение с факсом, компьютером, местом для переговоров
First floor	второй этаж
Front Desk	стойка администратора гостиницы, где гости регистрируются
Ground floor	первый этаж
King size bed	королевская кровать (ширина - 180 см)
Queen size bed	двуспальная кровать (ширина - 160 см)
Reception	стойка регистрации
Room service	обслуживание в номере (еда и напитки из ресторана по меню на заказ)
Transfer (Трансфер)	доставка до/от отеля: на автобусе (групповой трансфер), на автомобиле (индивидуальный трансфер). в некоторых островных странах трансфер на катере или на небольшом самолете

Практическая работа № 2

Используя официальный сайт туроператора (на Ваш выбор), подберите средство размещения под запрос: Две сестры из Тюмени 23 и 25 лет планируют отпуск на 12 дней. Туристы хотят проживать в Европейской стороне Стамбула в отеле 4* и выше.

Заполните таблицу и дайте общую краткую характеристику отелю.

Страна, город (адрес)	Отель, кол-во звезд (*)	Категория номера	Размещение	Тип питания	Стоимость, Р

Общий номерной фонд отеля: _____

Заезд: _____

Выезд: _____

В номерах данной категории предусмотрено: _____

Услуги отеля: _____

Размещение с домашними животными: _____

Размещение с детьми: _____

Условия для инвалидов и лиц с ОВЗ: _____

Рядом с отелем: _____

Практическая работа № 3

Используя официальный сайт туроператора (на Ваш выбор), подберите средство размещения под запрос: Две женщины 35 лет совместно с детьми планируют отпуск в город России, который раньше назывался Кёнигсберг. Туристы хотят проживать на берегу реки Преголя в отеле с интересной архитектурой не ниже 4*. Обратите внимание на то, что женщина из Санкт-Петербурга берет с собой маленькую собачку. В отеле должен быть завтрак по системе «шведский стол».

Заполните таблицу и дайте общую краткую характеристику отелю.

Страна, город (адрес)	Отель, кол-во звезд (*)	Категория номера	Размещение	Тип питания	Стоимость, Р

Общий номерной фонд отеля: _____

Заезд: _____

Выезд: _____

В номерах данной категории предусмотрено: _____

Услуги отеля: _____

Размещение с домашними животными: _____

Размещение с детьми: _____

Условия для инвалидов и лиц с ОВЗ: _____

Рядом с отелем: _____

Практическая работа № 4

Используя официальный сайт туроператора (на Ваш выбор), подберите средство размещения под запрос: пожилые люди 65 и 68 лет хотят посетить Тюменскую область в целях оздоровления и отдыха, в том числе на известных горячих источниках в течение 10 дней.

Заполните таблицу и дайте общую краткую характеристику отелю.

Страна, город (адрес)	Отель, кол-во звезд (*)	Категория номера	Размещение	Тип питания	Стоимость, Р

Общий номерной фонд отеля: _____

Заезд: _____

Выезд: _____

В номерах данной категории предусмотрено: _____

Услуги отеля: _____

Размещение с домашними животными: _____

Размещение с детьми: _____

Условия для инвалидов и лиц с ОВЗ: _____

Рядом с отелем: _____

Практическое занятие 5 Подготовка документов, необходимых для заселения в объект размещения

Общие правила проживания в отеле:

Check-in (заселение) – _____

Check-out (выселение) – _____

Ранний заезд /поздний выезд – _____

При позднем выселении из отеля высока вероятность, что туристу насчитают оплату за дополнительные сутки, то есть за текущий день. В некоторых отелях можно предварительно договориться о позднем выезде (до 14:00 – 15:00).

При раннем заезде плата за период от заселения до заезда не должна превышать плату за половину суток. За этот же период, если он более 12 часов, размер оплаты определяет уже сам отель.

Возможные проблемы при заселении в отель:

1. Овербукинг – _____

2. Номер другой категории: _____

3. Ненадлежащее состояние номера и условия: _____

Для заезда в отель, который находится на территории России, понадобится один из документов:

- для граждан России: паспорт гражданина РФ;
- для детей младше 14 лет: свидетельство о рождении;
- для граждан России, постоянно проживающих за границей: заграничный паспорт гражданина РФ;
- для иностранных граждан: паспорт иностранного гражданина или другой документ, удостоверяющий личность, который признается на территории России;
- для лиц без гражданства: документ, удостоверяющий личность лица без гражданства, который выдан другим государством и признается на территории России;
- разрешение на временное проживание для лиц без гражданства;
- вид на жительство для лиц без гражданства;
- паспорт гражданина СССР, удостоверяющий личность гражданина РФ, до замены его в установленный срок на паспорт гражданина РФ;
- временное удостоверение личности (с 2021 года).

Водительское удостоверение, а также другие документы, не утвержденные законодательно, использовать для заселения нельзя.

При заселении в отель лица моложе 18 лет необходимо потребовать у него или у нее доверенность от обоих родителей, либо законных опекунов.

Для отправления за границу необходимы следующие документы:

- заграничный паспорт;
- виза (если она требуется);
- полис медицинского страхования;
- туристический ваучер (выдается при оформлении).

Если ребёнок выезжает за границу с одним из родителей, разрешение от второго родителя не нужно. Если несовершеннолетний выезжает за границу без родителей, то необходимо нотариально заверенное согласие от обоих родителей.

Разрешение потребуется:

- – если ребёнок выезжает без сопровождения родителей;
- – один из родителей, усыновителей, опекунов или попечителей заявил о своем несогласии на выезд – выезд разрешается в судебном порядке;
- – если есть требование от страны въезда.

Оформление заграничного паспорта

Оформить загранпаспорт можно в ближайшем _____ или онлайн на сайте _____. При оформлении онлайн действует скидка _____ на госпошину.

	Старый образец	Новый образец
Срок действия		
Количество страниц		
Информация о детях		
Госпошлина для взрослых		
Госпошлина для детей до 14 лет		

Документы для оформления загранпаспорта

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Документы для оформления загранпаспорта на ребенка

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Родители могут вписать несовершеннолетнего в свой загранпаспорт, если:

- ребенку нет 14 лет;
- у родителей паспорта старых образцов, которые еще действительны;
- у ребенка гражданство Российской Федерации.

Срок действия загранпаспорта должен быть действителен в основном не менее 3-6 месяцев с момента окончания поездки. У каждой страны – свои правила.

Оформление визы

С некоторыми странами у России действует безвизовый режим. Для посещения остальных стран визу оформлять обязательно.

Документы для оформления визы:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Также могут понадобиться:

- подтверждение брони отеля или апартаментов;
- обратные билеты.

- !** Прохождение процедуры дактилоскопии (биометрии) – сдача отпечатков пальцев начиная с 12-летнего возраста.
- Дактилоскопия требуется 1 раз в 5 лет.

Безвизовые страны и правила пребывания

Страна	Кол-во дней пребывания без визы	Срок действия паспорта со дня окончания поездки
Аргентина		
Армения		
Бахрейн		
Бразилия		
Венесуэла		
Вьетнам		
Гватемала		
Гонконг		
Доминиканская республика		
Египет		
Израиль		
Индонезия		
Иордания		
Камбоджа		
Катар		
Коста Рика		
Куба		
Маврикий		
Малайзия		
Марокко		
Мальдивские острова		
ОАЭ		
Перу		
Сейшельские острова		
Сербия		
Королевство Таиланд		
Танзания		
Тунис		

Турция		
Черногория		
Шри Ланка		
Эквадор		
Южная Корея		
Ямайка		

Виды виз

- по прилету: Китай, Танзания, Шри-Ланка, Иордания;
- электронные: Кипр (pro-visa), Мексика, Индия, Сингапур, Шри-Ланка;
- в паспорт: страны Шенгена, Великобритания, Ирландия, США, Болгария, Япония, Китай;
- виза организованным туристам (Temporary Visitor): Япония.

Шенгенская виза (или Шенген) — виза, которая выдается на посещение стран, подписавших Шенгенский договор:

Австрия	Испания	Нидерландов	Франции
Бельгия	Италия	Норвегии	Чехии
Венгрия	Латвия	Польши	Швейцарии
Германия	Литва	Португалии	Швеции
Греция	Лихтенштейн	Словакии	Эстонии
Дания	Люксембурга	Словении	
Исландия	Мальты	Финляндии	

Автоматически входят в шенгенскую зону:

- ! – Андорра (вместе с Испанией)
- – Монако (вместе с Францией)
- – Сан-Марино (вместе с Италией)
- – Лихтенштейн (вместе с Швейцарией)

С Шенгенской визой можно путешествовать по всем странам Шенгенской зоны. Однако оформлять визу необходимо в посольстве страны, в которой турист планирует оставаться наибольшее количество дней. Например, если турист едет в небольшой тур: два дня проведет в Праге, затем неделю в Париже, а потом поедет в Мюнхен, то ему нужно обратиться в посольство _____, и к заявлению на визу приложить брони отелей и билетов всех стран, которые он собирается посетить.

- ! Если турист оформляет свою первую визу в посольстве Чехии, но решил посетить еще и Францию, то Чехия должна быть первой страной, которую он посетит. В противном случае у него могут возникнуть проблемы с продлением визы в будущем.

Визовые страны и правила пребывания

Страна	Виза	Срок действия паспорта со дня окончания поездки
Болгария	Въезд возможен по открытой визе Шенгена	3 месяца
<u>Кипр (pro-visa)!!!</u>	Въезд возможен по открытой визе Шенгена	6 месяцев
Япония	до 90 дней	3 месяца

- ! Для категории граждан, у которых в паспорте указано место рождения Дагестан, Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария, Северная Осетия, Ингушетия, Чечня, есть риск задержки в получении визы или вовсе отказа.
- Для категории граждан надо особенно тщательно проверять пакет документов.

- ! При оформлении туров для граждан СНГ следует обратить внимание на визовые требования, которые могут отличаться от визовых требований для Российских граждан.
- Страны: Украина, Беларусь, Казахстан, Армения, Молдова, Азербайджан, Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан.

Типы шенгенской туристической визы

Однократная ()	Двукратная ()	Многократная ()

Виды виз

1. Виза категории А (транзитная) оформляется в случаях, если транзит происходит в аэропорту Франции с вылетом из Египта, Украины, Беларуси, Грузии, Молдовы, Азербайджана и Армении.

2. Виза категории С предоставляет возможность беспрепятственно перемещаться по территории шенгенских государств на время до _____ в течение _____, начиная с первого въезда на эту территорию. Виза данной категории требует для своего оформления доказательства цели пребывания.

Определите соответствие цели пребывания на территории Шенгенского союза с документами, доказывающими эти цели.

- | | |
|--|---|
| – туристического путешествия, ознакомления с культурой | – приглашения на встречи |
| – посещения друзей, родственников, знакомых | – свидетельство о регистрации в учебном заведении |
| – обучение, прохождение курсов | – письмо-приглашение |
| – бизнес-встречи, корпоративные мероприятия, деловые поездки | – бронь в гостинице/ отеле |
| – лечение | – авиабилеты |
| – транзит через Евросоюз | – документ, подтверждающий встречу с врачом |

Виза категории С имеет 4 подтипа:

- С1 – _____
- С2 – _____

C3 – _____
 C4 – _____

При наличии шенгенской визы C2, действующей период в 180 дней, турист может провести на территории Шенгена максимум 90 дней из полугода. То же самое относится и к C3, C4: за последние полгода длительность пребывания не должна превышать 90 дней. Таким образом, если у туриста виза C4 на 5 лет, то, проведя 90 дней в Европе, ему придется выехать из ЕС минимум на _____.



3. Виза категории D (долгосрочная национальная виза) выдается сроком не более, чем на _____. В стране, выдавшей такое разрешение, можно пребывать в течение всего срока действия, а в других странах Шенгенского Соглашения — до 90 дней каждые шесть месяцев. Получать шенгенские визы категории D могут граждане со следующими целями:

- обучение в ВУЗе на длительный срок;
- официальное трудоустройство;
- культурный обмен (для приглашенных артистов);
- занятия спортом (приглашение для спортсменов).

4. Визы, выдаваемые только консульством Литвы:
 – FTD – позволяет проехать транзитом от Калининграда до других территорий РФ _____. Виза FTD разрешает проехать только коротким путем. Максимальный срок пребывания на территории Литвы – _____.

– FRTD – разрешает въезд на тех же условиях, но для проезда на _____ часов. Транзит должен длиться не более _____ часов. Оформляется прямо в поезде, но обязательно нужно купить билет минимум за _____ часов до отправления. Срок действия – _____ дней. Использовать можно только для поездки между Калининградской областью и другими областями РФ.

LTV – позволяет находиться только в стране прибытия. Транзит по ней запрещен, а используется она в гуманитарных, исключительных, случаях.

Запишите 2 правила для получения мультивизы в дальнейшем.

1. _____
2. _____

Правила въезда для иностранцев в РФ

С 1 января 2021 года иностранцы смогут попасть в Россию по электронной визе, которая будет оформляться онлайн и бесплатно. Ранее электронные визы можно было получить для посещения 3-х регионов: Дальневосточного округа, Калининградской и Ленинградской областей (одна виза — один регион, перемещаться между ними нельзя).

Действие визы: 60 дней с момента получения, нахождение на территории РФ не более 16 суток.

Оформление полиса медицинского страхования

Полис медицинского страхования является обязательным документом для туристов, выезжающих за границу. Полис можно оформить как в страховой компании, так и при приобретении тура у турагента или туроператора.

Заполните полис медицинского страхования, используя данные одного из подобранных ранее туров.

ИНФОРМАЦИЯ ПО СТРАХОВАНИЮ к Договору страхования № _____ от «14» июня 2019 года

СТРАХОВАТЕЛЬ/ INSURED:							№ БРОНИ			
№	Список застрахованных/ List of insured persons	Дата рождения/ Date of birth	Стандарт Плюс/ Standard Plus	Визовый риск/ Visa risk	Полное покрытие Плюс/ Full coverage Plus	Страхование от невыезда/ Trip Cancellation	ТЕРРИТОРИЯ ДЕЙСТВИЯ / TRAVEL AREA			
							ПЕРИОД СТРАХОВАНИЯ PERIOD OF INSURANCE	C/FROM ПО/ТО	ДНЕЙ/ DAYS	
1							ПРИ НАСТУПЛЕНИИ СТРАХОВОГО СЛУЧАЯ ОБЯЗАТЕЛЬНО ОБРАЩАЙТЕСЬ В МЕДИЦИНСКИЙ КРУГЛОСУТОЧНЫЙ СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР			
2										
3										
4										
Дата выдачи/ Date of issue				СКИДКИ/НАГРУЗКИ DISCOUNTS/LOADINGS		NO				
ПРОГРАММА СТРАХОВАНИЯ/ INSURANCE PROGRAMM			I							

Правила страхования на руки получил и согласен им следовать. Согласен на обработку, хранение и иное использование моих персональных данных для использования обязательств по настоящему полису страховщиком и его представителями, согласно Федеральному закону от 27.07.06 г. № 152-ФЗ О персональных данных.

Оформление ваучера

Туристская путевка (ваучер) – _____

Ваучер содержит информацию о предоставляемых в соответствии с договором посреднических и прямых комплексных или отдельных услугах и подтверждает их оплату, включая указание размера вознаграждения агентам (турагентам).

Ваучер может заменить визу при посещении стран с упрощенным визовым режимом: Израиля, Хорватии, Сербии, Черногории, Перу, Мальдивских и Сейшельских островов.

Строгих требований к оформлению туристического ваучера не существует. Каждое турагентство имеет свой бланк, причем они могут отличаться друг от друга по внешнему виду, но заполняется документ по определенному стандарту.

Ваучер оформляется на весь срок путешествия, в среднем 15-17 дней.

Одновременно оформляется несколько экземпляров:

1. _____
2. _____
3. _____

Заполните ваучер, используя данные одного из подобранных ранее туров.



PARTNER VOUCHER ВАУЧЕР ПАРТНЕРА

Hotel Name / Отель: _____

	Tourists Names / Фамилия Имя туристов	Date of Birth / День рожд.	Passport / Паспорт
Voucher Ваучер 7006490			

Room Type / Размещение

Кол-во комнат (описание номера): _____

Meal / Тип питания: _____

Period / Период: _____

Transfer / Перевозка: _____

Рейс Туда: _____ Рейс Обратно: _____

Incoming partner / Принимающая сторона: _____

Оформление авиабилетов

Маршрутная квитанция является документом, удостоверяющим заключение договора между пассажиром и авиакомпанией на перевозку пассажира при оформлении электронного авиабилета.

Заполните маршрутную квитанцию, используя данные одного из подобранных ранее туров.

МАРШРУТНАЯ КВИТАНЦИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЛЕТА

Агентство/Авиакомпания: [REDACTED]

Дата покупки: 08 Ноября 2019

Фамилия Имя: [REDACTED]

Номер билета: [REDACTED]

Дата	Рейс	Аэропорт вылета/прибытия	Время	Класс	Багаж	Место
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Ограничения: ZF ONLY/PS722946289/RU/REBOOK PROHIBITED
/NONREFUNDABLE/NONENDORSABLE

Тариф: IT RUB

Всего: IT RUB

Форма оплаты: Безналичный расчет

Примечание: "Перевозка и другие предоставляемые перевозчиком услуги подчиняются всем условиям договора перевозки, включенным в настоящий авиабилет посредством ссылки."

«Авиаперелет осуществляется чартерным рейсом, время вылета не является существенным условием его совершения, в связи с чем Вам необходимо самостоятельно отслеживать информацию об изменении времени вылета на официальном сайте авиаперевозчика.

Договор воздушной перевозки предусматривает условие о невозврате провозной платы при расторжении такого договора.»

2.4. Анализ деятельности туроператоров

Практическое занятие 6 Анализ деятельности региональных туроператоров

Практическая работа №1. Заполните таблицу, характеризующую региональных туроператоров.

№	Туроператор	Год основания	Количество направлений	Основные направления
1	Турфирма «Трэвэл»			
2	Туроператор «Тюменьзарубежтур»			
3	Туроператор «Глобус-Турс»			
4	Туроператор «КОНТИНЕНТ»			
5	Мастерская путешествий «Рыжий слон»			
6	Агентство путешествий «ОКНА»			
7	Туроператор «Siberia Travel» (ООО «Сибирь Трэвел»)			
8	Туроператор «Центр Бронирования»			

9	Туроператор «ТЮМЕНЬОХОТА»			

Практическая работа № 2. Заполните таблицу, указав слоганы туроператорских организаций.

№	Туроператор	Слоган
1	Турфирма «Трэвэл»	
2	Туроператор «Тюменьзарубежтур»	
3	Туроператор «Глобус-Турс»	
4	Туроператор «КОНТИНЕНТ»	
5	Мастерская путешествий «Рыжий слон»	
6	Агентство путешествий «ОКНА»	
7	Туроператор «Siberia Travel» (ООО «Сибирь Трэвел»)	
8	Туроператор «Центр Бронирования»	
9	Туроператор «ТЮМЕНЬОХОТА»	

Практическое занятие 7 Анализ туроператорских организаций

Практическая работа №1. Заполните таблицу, характеризующую крупных туроператоров.

№	Туроператор	Год основания	Количество направлений	Основные направления
1	Библио Глобус			
2	TUI			
3	Coral Travel			
4	Pegas Touristik			
5	Tez Tour			
6	Anex Tour			

7	NTK-Intourist			
8	Mouzenidis			
9	ICS Travel			
10	Sunmar			

Практическая работа № 2. Заполните таблицу, указав слоганы туроператорских организаций

№	Туроператор	Слоган
1	Библио Глобус	
2	TUI	
3	Coral Travel	
4	Pegas Touristik	
5	Tez Tour	
6	Anex Tour	
7	NTK-Intourist	
8	Mouzenidis	
9	ICS Travel	
10	Sunmar	

Модуль 3. Разработка турпродукта и его продвижение

Тема 3.1. Формирование туристского продукта

Практическое занятие 8-9 Разработка концепции и формирование составляющих элементов турпродукта по запросу клиента.

Практическая работа № 1.

Вы являетесь сотрудниками подразделения формирования турпродуктов туроператорской компании и получаете задание от руководства на разработку нового туристского продукта по Тюменской области, включающего маршрут для занятий пешеходным туризмом и трекингом. Вид туризма: охотничье-рыболовный.

Вам необходимо разработать полноценный турпродукт:

- выстроить региональную полетную программу;
 - определить целевую аудиторию для данного турпродукта;
 - определить перечень поставщиков услуг для сотрудничества (объекты размещения, предприятия питания, транспортные компании и т.д.);
 - определить достопримечательности и иные объекты, имеющие привлекательность для туристов;
 - выбрать и описать маршрут для занятий пешеходным туризмом и трекингом.
- Результатом работы является подготовленная презентация Power Point.

Время на выступление – 7 минут.

Практическое занятие 10 Работа в специализированной системе-агрегаторе

Практическая работа № 1.

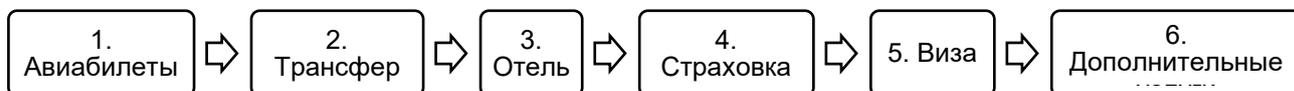
Вы в качестве сотрудников отдела индивидуального туризма (FIT-отдела) туроператорской компании получили заявку от туристской организации на расчет индивидуального тура.

Вам необходимо сформировать индивидуальный тур в специализированной системе на основе партнерской базы туроператора, которая содержится в системе.

Вам необходимо:

- изучить заявку турагентства;
- изучить базу партнеров туроператора в системе;
- осуществить оптимальный подбор составляющих турпродукта согласно заявке (из базы туроператора);
- осуществить оптимальный подбор дополнительных услуг согласно заявке (расширенная медицинская страховка, страховка от невыезда и т.д.);
- произвести формирование турпродукта в специализированной системе в конструкторе туров;
- сформировать в системе бланк-предложение с расчетом перечня услуг и указанием полной стоимости (заявку);
- предложить маршрут для занятий пешеходным туризмом и трекингом в рамках предлагаемого тура;
- подготовить ответное письмо для туристического агентства с краткими пояснениями к предлагаемым составляющим тура.

Порядок осуществления подбора тура:



Пример письма:

Добрый день, коллеги!
К вам обращаются сотрудники отдела индивидуального туризма (FIT-отдела)
туроператорской _____ компании

Во вложении к данному письму направляем в Ваш адрес подобранное нами предложение индивидуального тура с учетом вашего запроса.

Стоимость индивидуального тура составляет _____ Р.

В стоимость тура входит:

1. Авиаперелет: стоимость – _____ Р.

Москва, аэропорт _____ – _____

Дата: _____

Время вылета _____ – Время прилёта _____

Пересадки: _____

Багаж _____

_____ – Москва, аэропорт _____

Дата: _____

Время вылета _____ – Время прилёта _____

Пересадки: _____

Багаж _____

Нормы провоза регистрируемого багажа:

Нормы провоза ручной клади:

Запрещен провоз в багаже следующих предметов:

2. Трансфер: стоимость – _____ Р

Аэропорт _____ – отель (_____): _____

Отель – Аэропорт _____ (_____): _____

3. Проживание: _____ Р

Отель: _____
Тип питания: _____
Заезд: _____, выезд: _____ (_____ дней, _____ ночей)
Туристы будут заселены в _____

В номерах предусмотрено:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Услуги отеля:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Вблизи отеля расположены:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

4. Страховка: стоимость – _____ Р

Страховая компания: _____

Программа _____ – _____

Период страхования с _____ по _____

Сумма покрытия: _____

5. Маршрут для занятия пешеходным туризмом и трекингом включает в себя:

6. Дополнительные услуги

Туристы могут самостоятельно посетить _____

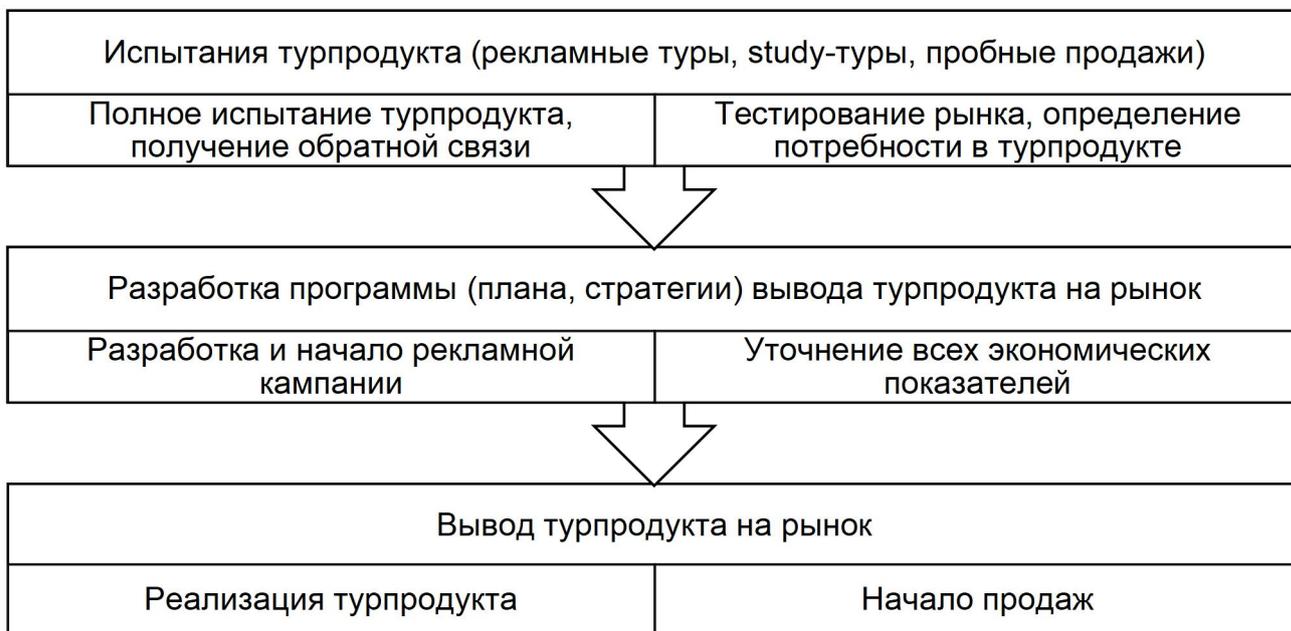
При подборе тура мы постарались максимально учесть все пожелания туристов:

- _____
- _____
- _____

Благодарим за сотрудничество!
С уважением,
Сотрудники отдела индивидуального туризма (FIT-отдела) туроператорской компании _____.
Контактная информация для связи:

Заявка турагентства: К нам обратились туристы из города Москва – 2 молодые пары в возрасте 22 и 23 лет, которые планируют отпуск в _____ в период с _____ по _____. Они хотят посетить основные достопримечательности и отправиться по маршруту для занятий пешеходным туризмом и трекингом.

Тема 3.2. Этапы вывода турпродукта на рынок



1. Рекламный тур

Цель: информирование целевой аудитории о существовании нового турпродукта, наглядная демонстрация его потребительских свойств, достоинств и конкурентных преимуществ.

Целевая аудитория:

Тема 2.3. Маркетинговая кампания и продвижение

Туристский маркетинг – _____

Продвижение туристского продукта – _____

Инструменты продвижения турпродукта:

- _____
- _____
- _____
- _____

Мероприятия по работе с посредниками:

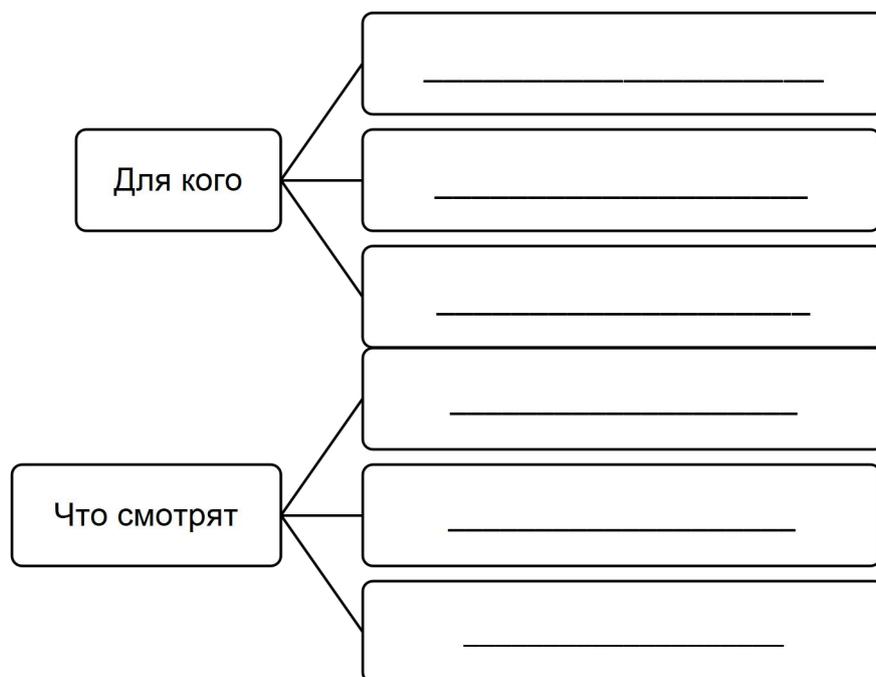
- установление прогрессивной комиссии за продажу туристских поездок сверх установленной квоты;
- предоставление скидок с объявленных цен на групповые поездки в случае увеличения объемов продаж;
- предоставление бесплатного обслуживания работникам розничной фирмы, сопровождающим в поездке туристские группы;
- организация рекламных поездок работников розничных туристских фирм бесплатно или с предоставлением им значительных скидок с объявленных цен;
- совместная реклама.

Маркетинговые инструменты:

- сайт с понятным контентом;
- отзывы клиентов;
- SEO-оптимизация для долговременного результата;
- контекстная реклама для быстрого привлечения клиентов;
- SMM-продвижение (создание сообществ турфирмы, контакт с блогерами, работа с репутацией, персональный брендинг);
- PR для создания положительного имиджа в сети;
- ремаркетинг в поисковых системах и социальных сетях;
- интернет-рассылки;
- рекламные туры;
- выставочная деятельность;
- обучающие мероприятия.

Практическое занятие 12-13 Разработка и проведение рекламного тура для турагентств

Рекламный тур – _____



Цель рекламного тура – _____

Задачи рекламного тура:

- ознакомление с турпродуктом;
- изучение отельной базы;
- изучение региона и его возможностей;
- определение целевой аудитории продукта;
- повышение качества обслуживания клиентов;
- налаживание эффективных коммуникаций с турагентами;
- обмен опытом с представителями туристической индустрии.

Основные особенности и правила рекламного тура:

- обязательное посещение всех объектов и мероприятий, заявленных в программе;
- размещение $\frac{1}{2}$ DBL (SNGL – с доплатой);
- стоимость = стоимость перелета + виза (топливный сбор)
- обязательное наличие визиток турагентства и трудоустройства в агентстве;
- возможность познакомиться с отельерами и менеджментом отеля.

Практическая работа № 1.

Вам в качестве сотрудников туроператорской компании из г. Тюмень предлагается в рамках рекламного тура провести «осмотр» отеля «Восток».

Во время выполнения задания вам необходимо:

- определить цель и задачи рекламного тура исходя из легенды задания;
- ознакомиться с инфраструктурой объекта и его возможностями посредством изучения информации на официальном сайте объекта и с использованием иных интернет-ресурсов;
- определить целевую аудиторию для данного отеля;
- проработать организационные и протокольные мероприятия с группой турагентов во время «осмотра» объектов;
- провести «осмотр» объекта.

Для проведения «осмотра» вам необходимо подготовить презентацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Законодательные и нормативные документы:

1. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ [принят Гос. Думой 4 октября 1996 г.] // режим доступа: <https://base.garant.ru/136248/> (по сост. на 28.08.2023г.)
2. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 04.08.2023 г.) // режим доступа: <https://base.garant.ru/5222032/> (по сост. на 28.08.2023г.)
3. Об утверждении государственной программы Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма» и признании утратившими силу некоторых нормативных правовых актов [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Тюменской области от 14 декабря 2018 г. № 489-п // режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/550277087?marker> (по сост. на 28.08.2023г.)
4. ГОСТ Р 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Введ. 2014–01–01. // режим доступа: <https://docplan.ru/Index2/1/4293777/4293777556.htm> (по сост. на 28.08.2023г.)
5. ГОСТ Р 32611-2014. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов [Электронный ресурс]. – Введ. 2016–01–01. // режим доступа: <https://docplan.ru/Index2/1/4293771/4293771220.htm> (по сост. на 28.08.2023г.)
6. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Электронный ресурс]. – Введ. 2011–07–01. // режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215> (по сост. на 28.08.2023г.)
7. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские услуги и экскурсионные услуги. Основные положения [Электронный ресурс]. – Введ. 2010–07–01. // режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200077638> (по сост. на 28.08.2023г.)
8. ГОСТ Р 53423-2009 Туристические услуги. Гостиницы и другие средства размещения. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Введ.

2010–07–01. // режим доступа:
<https://docplan.ru/Index2/1/4293824/4293824728.htm> (по сост. на 28.08.2023г.)

9. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [Электронный ресурс]. – Введ. 2016–01–01. // режим доступа:
<http://docs.cntd.ru/document/1200114767> (по сост. на 28.08.2023г.)

Основная литература:

1. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А.П. Дурович. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009967-5.

2. Дурович, А. П. Организация туризма [Текст]: учебное пособие / А. П. Дурович. – Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 295 с. – ISBN 978-5-4461-9778-1.

3. Основы туризма [Электронный ресурс]: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с. — Режим доступа:
https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/PISAREVSKIY_Osnovi%20turizma.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

4. Бобкова, А.Г. Безопасность туризма [Электронный ресурс]: учебник / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. д-ра юрид. наук Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с. — Режим доступа:
https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/BOBKOVA_Bezopasnost.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

Дополнительная литература:

1. Правовое обеспечение туризма [Электронный ресурс]: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с. – Режим доступа:
https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/Bobkova_Pravovoe_obespechenie_.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

2. Гончарова, И.В. Маркетинг туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/GONCHAROVA_Marketing_ELBI_V.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

3. Морозов, М.А. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/MOROZOV_Ekonomika.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

4. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс]: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Е.С. Сахарчук. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/SACHARCHUK_Psihologia.pdf (по сост. на 28.08.2023г.)

5.4 Электронные ресурсы:

1. Портал о туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/> – (дата обращения 30.08.2023 г.)

2. Справочно-информационный сайт «Туризм в Тюмени и Тюменской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://visittyumen.ru/> – (дата обращения 30.08.2023 г.)