

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.12

Основы организации и технологии обслуживания в сфере туризма

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_43.03.02_ИБК_ЗАО_ Тех и орг гостиничных услуг.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация гостиничных услуг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	8	28		1	
	РПД	8	28		1	
4	УП	8	55	9	2	Экзамен
	РПД	8	55	9	2	
Итого	УП	8	83	9	3	
	РПД	8	83	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат педагогических наук, Доцент

Воронцова Галина
Григорьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой туристского бизнеса

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области организации и технологии обслуживания клиентов в индустрии туризма

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть основы теории обслуживания;
- Познакомить обучающихся с технологическими нормативами обслуживания на предприятиях туристской индустрии;
- Предоставить обучающимся возможности для формирования умений и навыков обслуживания клиентов различных категорий в индустрии туризма;
- Подготовить к прохождению учебной и производственной практик

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Организация событийного туризма
- Организация конгрессно-выставочной деятельности
- Основы безопасности в туризме
- Учебная практика (исследовательская практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКо-2 : Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий
--

Знать: - ассортимент, классификацию, характеристику предлагаемых туристских продуктов.

Уметь: - составлять программу тура и организовывать маршруты для создания привлекательных программ обслуживания по разным видам туризма.

Владеть: - навыками выбора дифференцированного подхода к организации обслуживания туристов.
--

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Сущность и содержание технологии обслуживания в индустрии туризма	3				
Тема 1. Основные понятия технологии обслуживания потребителей Туристские рынки, тенденции и перспективы развития рынка туристских услуг. Субъекты и объекты взаимодействия в индустрии туризма. Составляющие процесса обслуживания. Технологический процесс обслуживания. Туристская услуга, ее специфика. Характеристика потребителей туристской услуги		2		8	ИЛ
Тема 2. Классификация средств размещения и номерного фонда Многообразие систем классификации гостиниц. Различные критерии классификации средств размещения. Гостиницы и аналогичные предприятия. Специализированные средства размещения. Система классификации гостиниц и мотелей в России. Концепция курортной и туристской гостиницы. Минимальные требования к гостиницам различных категорий. Классификация гостиничных номеров. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Требования к средствам размещения, к услугам.		3		10	ГД
Тема 3. Классификация предприятий питания Классификация услуг питания. Способы обслуживания, режимы питания туристов. Специальные формы обслуживания туристов. Особенности составления меню. Шведский стол, обслуживание по меню. Индустрия кейтеринга.		3		10	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8		28	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Технология обслуживания на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства	4				

<p>Тема 4. Технологии продаж туристских услуг Технология продаж туристского продукта. Каналы продаж: прямая, агентская, корпоративная продажи, глобальные и корпоративные дистрибьютерские системы, сетевой маркетинг и др.). Основные средства продвижения туристского продукта: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, персональные продажи. Методы и инструменты успешного вывода гостиничного продукта на рынок. Стимулирование продаж (скидки, бонусы, баллы, купоны).</p>		1	7	ГД
<p>Тема 5. Техника бронирования мест в гостинице Технологический цикл обслуживания гостя в гостинице. Сущность и формы процесса бронирования. Процесс аннуляции бронирования. Характеристика глобальных компьютерных систем бронирования. Преимущество и недостатки он-лайн бронирования. Характеристика деятельности коммерческой службы. Практическое занятие. Техника бронирования мест в гостинице.</p>		1	8	ИЛ
<p>Тема 6. Технология проведения расчетов за услуги в гостинице Основные составляющие гостиничной услуги. Составляющие цены на услуги гостиницы. Специфика формирования ценовой политика гостиничных предприятий. Открытые, корпоративные, договорные цены на услуги, формирование пакетных предложений для туристских фирм. Практическая работа. Технология проведения расчетов за услуги в гостинице</p>		2	8	ИЛ
<p>Раздел 3. Технология обслуживания в туристских фирмах</p>				
<p>Тема 7. Технологические процессы на предприятиях туризма Программа общих маркетинговых коммуникаций турфирмы и гостиничного предприятия. Взаимодействие туристских фирм с досуговыми, авто-предприятиями, предприятиями питания и музейными объектами. Совершенствование деятельности туристских предприятий и организаций по оказанию туроператорских и турагентских услуг.</p>		1	11	ИЛ
<p>Тема 8. Основные пакеты управления туристскими фирмами Классификация туристских фирм, специализация Сравнение и анализ основных пакетов управления туристскими фирмами: «1С Парус: Турагентство», «1С: ТурДело», «TurWin», «Само-Тур»; «Мастер - Тур»; «Интур-Софт»; Voyage Office и «Аист-2.5».</p>		1	10	ГД

Тема 9. Инновационные процессы продвижения туристского продукта. Договорные горизонтальные и вертикальные маркетинговые схемы в туристском бизнесе. Организация работы отдела маркетинга туристского предприятия. Создание системы распределения и сбыта. Планирование программ лояльности клиентов к туристскому продукту (бренду). Сервис-дизайн и планирование впечатлений клиентов. Реклама через СМИ (пресса, ТВ, радио, интернет, специальная реклама, наружная реклама, электронная реклама); прямой маркетинг; связи с общественностью (репортажи, пресс-конференции, благотворительные акции, спонсорство).			2	11	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			8	55	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине			18,5	89,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКо-2	Грамотно использует технологию формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Может организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг Выбирает методы ведения переговоров с партнерами, согласования условия взаимодействия по реализации туристских продукт	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без	

	самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Не предусмотрены
Курс 4	
2	Виды деловых мероприятий и рекламных акций как инновации продвижения туристского продукта
3	Особенности привлечения и удержания корпоративных и деловых клиентов турфирмы
4	Сравнение и анализ основных пакетов управления туристскими фирмами: «Само-Тур»; «Мастер-Тур»; «Интур-Софт», «Аист-2.5»
5	Сравнение и анализ основных пакетов управления туристскими фирмами: «1С Парус: Турагентство», «1С: ТурДело», «TurWin», Voyage Office
6	Классификация туристских фирм и их специализация
7	Особенности работы обслуживающего персонала турфирмы в контактных зонах
8	Договорные отношения в туристской фирме. Обязательные и дополнительные услуги
9	Основные принципы организации взаимодействия туристских фирм с туристскими предприятиями
10	Расчет количественных показателей спроса на гостиничные услуги
11	Формирование пакетных предложений гостиничных услуг для туристских фирм
12	Основные тарифы и правила расчета оплаты за услуги гостиничного предприятия
13	Виды и методы оплаты за услуги в гостиницах
14	Основные составляющие цены гостиничной услуги, их характеристика
15	Особенности регистрации и обслуживания туристских групп в гостинице
16	Специфика обслуживания корпоративных клиентов в гостинице
17	Встреча и регистрация иностранных туристов в отеле
18	Преимущество и недостатки он-лайн бронирования.
19	Характеристика глобальных компьютерных систем бронирования.
20	Процесс аннуляции бронирования, причины и правила выполнения
21	Формы бронирования и технологии их выполнения
22	Технологический цикл обслуживания гостя в гостинице: этапы и их характеристика
23	Приемы стимулирования продаж: их характеристика и влияние на объем продаж
24	Глобальные и корпоративные дистрибьютерские системы продаж
25	Характеристика основных каналов продаж: прямая, агентская, корпоративная продажи
26	Особенности предоставления и организации веллнесс и СПА-услуг
27	Особенности предоставления и организация досуговых программ
28	Технология создания и продвижения туристского продукта
29	Технологический цикл обслуживания клиентов на предприятиях питания: этапы и их характеристика
30	Кейтеринг как специальная форма обслуживания клиентов
31	Шведский стол как форма обслуживания туристов в предприятии питания
32	Особенности организации питания туристов в местах их размещения
33	Классификация услуг питания. Способы обслуживания, режимы питания туристов.

34	Перечень и содержание услуг, предоставляемых бизнес-отелем
35	Перечислить и охарактеризовать типы гостиничных номеров в РФ
36	Перечень и содержание услуг, предоставляемых бизнес-отелем
37	Перечислить и охарактеризовать классификации гостиничных предприятий
38	Портрет потребителя туристских услуг
39	Ассортимент, классификация, характеристика предлагаемых туристских услуг
40	Стандарты обслуживания в туристской индустрии
41	Роль потребителя в развитии сферы туристских услуг.
42	Технологический процесс обслуживания: этапы и их характеристика
43	Рыночная сегментация и позиционирование туристских услуг
44	Туристская услуга: содержание и специфика, характеристика потребителей
45	Тенденции и перспективы развития рынка туристских услуг

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практическое задание.

1. Проектирование туристского продукта.

Запишите с помощью аббревиатур

А. 1 взрослый + ребенок от 2-6 лет

Б. 2 взрослых + 2 детей: первый ребенок 2-6 лет, второй ребенок 6-12 лет

2. Бронирование гостиничной услуги.

В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристской фирмы на бронирование гостиничных услуг.

Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?

3. Особенности продвижения туристского продукта

Проблема.

Многие агентства заманивают туристов скидками, другие считают этот путь тупиковым и делают ставку на высокий уровень сервиса. Большинство туроператоров запрещают агентствам демпинговать.

Опытные турфирмы предлагают множество дополнительных услуг.

Задание.

Разработайте перечень минимум из пяти дополнительных услуг для повышения конкурентоспособности турфирмы, наметьте технологию их внедрения.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме по заранее утвержденным экзаменационным билетам. В каждом билете один теоретический вопрос и одно практическое задание. Для выполнения практического задания студентам выдается раздаточный материал в виде туристских каталогов, журналов, статистических данных.

Время, отводимое на подготовку к ответу – 30 минут. В течение семестра выполняются контрольные работы

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Валеева Е. О.	Технология и организация туроператорской деятельности	Саратов: Вузовское образование	2015	http://www.iprbookshop.ru/31941.html
Валеева Е. О.	Технология и организация турагентской деятельности	Саратов: Вузовское образование	2015	http://www.iprbookshop.ru/31940.html
Валеева Е. О.	Организация туристской индустрии	Саратов: Вузовское образование	2015	http://www.iprbookshop.ru/31939.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Воронцова Г. Г., Воронцова А. В.	Основы организации и технологии обслуживания в индустрии туризма	СПб.: СПбГУПТД	2012	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1230

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>
 Компьютерная справочно-правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
 MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду