

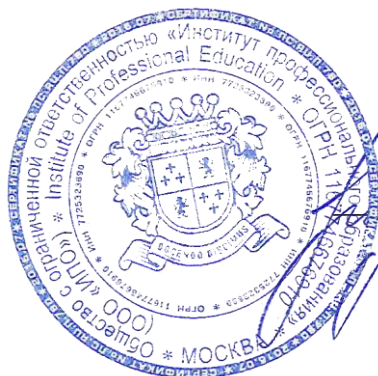


# ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ INSTITUTE OF PROFESSIONAL EDUCATION

115114, Москва, Дербеневская набережная, дом 11, Тел.: (495) 120-79-01

Общество с ограниченной ответственностью «Институт профессионального образования»  
Р/с 40702810238000121279 в ПАО СБЕРБАНК, к/с 30101810400000000225, БИК 044525225

ИНН 7725323890 КПП 772501001 ОКАТО 452965561000 ОКПО 65187765 ОКВЭД 70.22 ОГРН 1167746676910



«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор

М.И. Бородина

«29» декабря 2018 г.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«ТУРИЗМ И СЕРВИС»

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

## 1.1 Цель реализации программы

Формирование у слушателей компетенций необходимых для ведения профессиональной деятельности.

## 1.2 Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе «Туризм и сервис», включает: формирование, продвижение и реализация туристского продукта, организация комплексного туристского обслуживания.

б) Объектами профессиональной деятельности выпускника по профилю подготовки «Туризм и сервис» являются:

запросы потребителей туристских услуг;

туристские продукты;

туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные и другие объекты

услуги: гостиниц и иных средств размещения; общественного питания; средств развлечения;

экскурсионные, транспортные; туроператорские;

технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

в) Выпускник должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем ДОП ПП:

Предоставление турагентских услуг.

Предоставление туроператорских услуг.

Управление функциональным подразделением организации.

Предоставление экскурсионных услуг

## 1.3. Требования к результатам освоения программы

### профессиональные компетенции:

Индекс	Содержание
ПК-1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК-2	Формировать туристский продукт.
ПК-3	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК-4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК-5	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.

#### 1.4 Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимые для освоения программы

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу «Туризм и сервис».

Уровень подготовки: высшее образование, среднее профессиональное образование или обучение в учреждениях ВПО и СПО.

#### 1.5 Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по данной программе – **512 академических часа**, включая все виды учебной работы слушателя.

#### 1.6 Форма обучения

Форма обучения – заочная с применением дистанционных технологий.

#### 1.7 Режим занятий

При любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается не более **8 академических часов** в день.

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### 2.1. Учебный план

№	Дисциплина	Объем нагрузки	Форма итогового контроля
		Всего	
1	Введение в туризм. Основы туризма	30	Тест/оценка
2	Экономика туризма	30	Тест/оценка
3	Теория организации	36	Тест/оценка
4	Стратегический менеджмент	44	Тест/оценка
5	Основы управления персоналом	44	Тест/оценка
6	Маркетинг туристских услуг	24	Тест/оценка
7	Менеджмент туроперейтнга	42	Тест/оценка
8	Организация экскурсионной деятельности	28	Тест/оценка
9	Правовое регулирование туристской деятельности	54	Тест/оценка
10	Основы страхования в туризме	54	Тест/оценка
11	Информационные технологии в туризме	30	Тест/оценка
12	Итоговая работа	96	ВКР
	<b>ИТОГО:</b>	<b>512</b>	

#### 2.2. Дисциплинарное содержание программы

№	Дисциплина	Объем нагрузки	Форма итогового контроля
		Всего	
<b>1</b>	<b>ВВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМ. ОСНОВЫ ТУРИЗМА</b>	<b>30</b>	<b>ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	История туризма	5	
	Формы и виды туризма	5	
	Туристская индустрия. Организаторы туризма	5	
	Туристский продукт и его состав	5	
	Гостиничная индустрия	5	
<b>2</b>	<b>ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА</b>	<b>30</b>	<b>ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Базовые концепции и понятия экономики туризма	6	
	Макроэкономика туризма	6	
	Мезоэкономика туризма	6	

	Микроэкономика туризма	6	
	Проблемы и перспективы развития экономики туризма	6	
<b>3</b>	<b>ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ</b>		<b>36 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Теория организации и ее место в системе научных знаний	3	
	Понятие и сущность организации	2	
	Социальные и хозяйственные организации	2	
	Построение организационных структур	2	
	Основополагающие законы организации. Закон синергии	2	
	Закон самосохранения	2	
	Закон развития	2	
	Законы организации второго уровня	3	
	Принципы организации	3	
	Теории организации. Классическая теория организации	3	
	Лидерство. Коммуникации в организации	3	
	Организационная культура	3	
	Мотивация	3	
	Обучающиеся организации	3	
<b>4</b>	<b>СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>		<b>44 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Введение в стратегический менеджмент	4	
	Анализ внешней и внутренней среды организации	5	
	Комплексные методы стратегического анализа	5	
	Определение общего направления развития организации	5	
	Стратегии развития организации	5	
	Стратегические аспекты организационных изменений	5	
	Стратегический аспект управления персоналом	5	
	Конкурентная стратегия предприятия	5	
	Стратегия повышения конкурентоспособности национальной экономики	5	
<b>5</b>	<b>УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ</b>		<b>44 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Основы управления персоналом	4	
	Кадровая политика организации	4	
	Планирование персонала	4	
	Подбор, отбор и найм персонала	4	
	Адаптация персонала	4	
	Управление трудовой мотивацией персонала	4	
	Обучение и развитие персонала	4	
	Оценка и аттестация персонала	4	
	Управление деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением	4	
	Высвобождение персонала	4	
	Как работать с профессиональными стандартами	4	
<b>6</b>	<b>МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ</b>		<b>24 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии туризма	6	
	Маркетинговые технологии в индустрии туризма	6	
	Формирование коммуникационной политики в туризме	6	
	Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии туризма	6	
<b>7</b>	<b>МЕНЕДЖМЕНТ ТУРОПЕРЕЙТЕНГА</b>		<b>42 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Особенности туристской услуги	6	
	Теория туристского продукта	6	
	Основы туроперейтинга и проектирования тура	6	
	Формирование туристского продукта	6	
	Ценообразование туристского продукта и визовая поддержка в туризме	6	
	Продвижение туристского продукта	6	
	Организация обслуживания туристов	6	
<b>8</b>	<b>ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>		<b>28 ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Научно-теоретические основы экскурсоведения	7	

	Экскурсионная методика	7	
	Обзорные и тематические экскурсии	7	
	Основные направления совершенствования экскурсионной деятельности	7	
<b>9</b>	<b>ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>54</b>	<b>ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Общая характеристика туристского права	6	
	Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма	6	
	Правовой режим объектов и средств деятельности в сфере туризма	6	
	Правовое регулирование туристской деятельности	6	
	Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания	6	
	Правовое регулирование санаторно-курортной деятельности	6	
	Правовое регулирование туристских перевозок	6	
	Правовое регулирование индустрии развлечений (досуга) в сфере туризма	6	
	Международное и зарубежное туристское право	6	
<b>10</b>	<b>ОСНОВЫ СТРАХОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ</b>	<b>54</b>	<b>ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Экономическая сущность и содержание страхования	6	
	Понятие, сущность страхования и особенности страхования в туризме. Виды и формы страхования в туризме	6	
	Страхование как необходимый элемент в туристической деятельности. Личное и имущественное страхование туристов	6	
	Экономика сферы туризма	6	
	Туризм как экономическая система	6	
	Тур как экономическая категория. Страховая защита в туризме	6	
	Рыночное и государственное регулирование туризма	6	
	Страхование профессиональной ответственности (СПО)	6	
	Страхование финансовых рисков туристских организаций	6	
<b>11</b>	<b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ</b>	<b>30</b>	<b>ТЕСТ/ОЦЕНКА</b>
	Система информационного обеспечения туризма	6	
	Системы бронирования в туризме	6	
	Информационно-телекоммуникационные сети в туризме	6	
	Информационные системы в туризме	6	
	Проблемы и перспективы развития информационного обеспечения туризма	6	
<b>12</b>	<b>ИТОГОВАЯ РАБОТА</b>	<b>96</b>	<b>ВКР</b>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>512</b>	

## 2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

### 3.1. Материально-технические условия реализации программы

Занятия проходят в оборудованных аудиториях, с применением современной материально-технической базы: ноутбук (Intel Core i3 (Core i5) 4Gb RAM 500 Gb), проектор (возможностью видеотрансляции, компьютерами), флипчарт с бумагой, доска маркерная, маркеры разных цветов. Консультационная и информационная поддержка слушателей осуществляется службой технической поддержки с помощью электронной почты.

### 3.2. Педагогические условия

Под педагогическими условиями понимают «совокупность объективных возможностей

содержания, форм, методов и материально-пространственной среды, направленных на решение поставленных в педагогике задач».

#### **Процесс обучения включает:**

- тестовые испытания, кейсы, деловые игры;
- доступ к базе знаний Института профессионального образования: лекциям, конференциям, семинарам, электронным конспектам, учебным пособиям, статьям экспертов и дополнительной литературе;

#### **Форма обучения – заочная с применением дистанционных технологий**

#### **Учебно-методическое обеспечение программы**

<b>№</b>	<b>Дисциплина</b>	<b>Учебно-методическое обеспечение</b>
1	Введение в туризм. Основы туризма	Электронный учебник, тест
2	Экономика туризма	Электронный учебник, тест
3	Теория организации	Электронный учебник, тест
4	Стратегический менеджмент	Электронный учебник, тест
5	Основы управления персоналом	Электронный учебник, тест
6	Маркетинг туристских услуг	Электронный учебник, тест
7	Менеджмент туроперейтнга	Электронный учебник, тест
8	Организация экскурсионной деятельности	Электронный учебник, тест
9	Правовое регулирование туристской деятельности	Электронный учебник, тест
10	Основы страхования в туризме	Электронный учебник, тест
11	Информационные технологии в туризме	Электронный учебник, тест
12	ИТОГОВАЯ РАБОТА	Методичка по написанию ВКР, темы ВКР

#### **4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Качество освоения программ оценивается итоговыми заданиями, подготовленными для каждой дисциплины (в системе СДО).

Итоговая оценка качества освоения дополнительной профессиональной программы проводится в форме подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Итоговая аттестация, завершающая освоение дополнительной профессиональной образовательной программы, является обязательной и проводится в форме защиты письменной итоговой аттестационной работы. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки слушателей. К итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план. Время, отводимое на подготовку итоговой аттестационной работы, составляет четыре недели. Итоговая аттестационная работа выпускника выполняется по тематике, согласованной с руководителем. Тематика итоговых аттестационных работ направлена на решение профессиональных задач.

Работа должна отражать знание сферы бухгалтерского учета, уровень профессиональной

подготовки, владение профессиональными технологиями, умение разрабатывать новые подходы к решению профессиональных задач. К итоговой аттестационной работе предъявляются следующие общие требования: актуальность, конкретность, реальность, практическое применение, обоснование эффективности предлагаемых решений. В содержании работы должны прослеживаться: логическая последовательность изложения материала; убедительность аргументации; краткость и чёткость формулировок; конкретность изложения результатов работы; доказательность выводов и обоснованность рекомендаций. Содержание итоговой аттестационной работы должно соответствовать названию темы. Итоговая аттестационная работа должна содержать следующие элементы: титульный лист; содержание; введение; главы работы (теоретическая, аналитическая, рекомендательная); заключение; список использованных источников; приложения.

Общая продолжительность защиты не должна превышать 20 мин., 15 мин. предоставляется слушателю для сообщения содержания итоговой аттестационной работы. После окончания публичной защиты проводится закрытое заседание ИАК. Открытым голосованием, простым большинством голосов определяется оценка. При равном числе голосов, голос председателя решающий. Ведется протокол заседания ИАК, куда вносится решение комиссии о выдаче диплома о профессиональной переподготовке. Протокол подписывается председателем и членами ИАК, участвующими в заседании. В тот же день после оформления протокола заседания ИАК обучающимся объявляются результаты защиты итоговых аттестационных работ.

Защита выпускной квалификационной работы проходит в устной форме очно или очно с использованием аудио-визуальных средств.

## **5. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

1. Бизнес-план открытия малого туристического предприятия;
2. Совершенствование финансовой политики туристического предприятия;
3. Совершенствование кадровой политики туристического предприятия;
4. Совершенствование ассортиментной политики туристического предприятия;
5. Проект мероприятий по стимулированию сбыта услуг туристической компании;
6. Конкурентоспособность туристического предприятия и пути его повышения;
7. Брендинг на рынке туристических услуг и место компании в нем (на примере туристической фирмы);
8. Рекламная деятельность туристической компании и ее совершенствования;
9. Развитие туристической организации в регионах и его влияние на финансовые показатели организации;
10. Прием и увольнение работников на примере туристической фирмы;
11. Способы привлечения работников в туристическую компанию и их совершенствование;
12. Современный опыт развития туризма в сети Интернет и перспективы развития туристического рынка (на примере страны, региона, города);
13. Изучение лояльности потребителей к туристическим брендам(на примере страны, региона, города);
14. Повышение лояльности потребителей к услугам туристической компании (на примере туристической фирмы);

15. Повышение корпоративной культуры обслуживания в туристической компании;
16. Повышение организационной культуры на примере туристической фирмы;
17. Совершенствование организационной структуры управления туристическим предприятием;
18. Рынок туризма в России и перспективы его развития;
19. Рынок туризма (на примере региона) и перспективы его развития;
20. Маркетинговая деятельность туристической компании и ее совершенствование;
21. Повышение качества оказания услуг туристического предприятия и его влияние на финансовые показатели организации;
22. Повышение прибыли и рентабельности деятельности туристического предприятия;
23. Управление туристической компанией и пути его совершенствования;
24. Существующее состояние и анализ въездного туризма в России и перспективы его развития;
25. Существующее состояние и анализ въездного туризма и перспективы его развития на примере региона (города);
26. Инвестиции в туристическую деятельность и перспективы развития рынка; Франшиза на рынке туристических услуг и организация работы компании по схеме франчайзинга;
27. Конкурентоспособность франшиз на туристическом рынке в современной России и развитие предприятия по франчайзингу;
28. Оценка финансового состояния туристической компании и пути стабилизации;
29. Анализ ликвидности и деловой активности туристической компании и пути выхода из кризиса;
30. Диагностика банкротства туристической компании и ее стабилизация;
31. Система управления персоналом в туристической компании (на примере организации, фирмы);
32. Совершенствование информационных ресурсов, применяемых в туристической фирме;
33. Автоматизация процессов туристического предприятия и их совершенствование;
34. Совершенствование системы работы с клиентами на предприятии, работающем в сфере туризма;
35. Оценка эффективности проекта по совершенствованию автоматизации в туристической компании;
36. Повышение квалификации и подготовка менеджеров по туризму на примере компании (фирмы, организации);
37. Изучение потребительского спроса и выбор региона для развития туристической компании;
38. Разработка туристического продукта и его продвижение на рынке туристических услуг;
39. Спрос и предложение на рынке туристических услуг и перспективы развития рынка;
40. Способы решения конфликтных ситуаций на туристическом предприятии и их совершенствование;
41. Совершенствование управления туристической фирмой (на примере организации).
42. Сравнительный анализ развития брендов туристических компаний в России и в мире;
43. Опыт лидирующих туристических компаний в России и за рубежом и их применение на малом предприятии;
44. Нормативно-правовое регулирование туристической деятельности в России и его совершенствование;
45. Поддержка малого и среднего предпринимательства предприятий сферы туризма на примере региона (города, страны);
46. Совершенствование ценообразования и системы стимулирования сбыта на туристическом предприятии.