

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

О.М. Коробкова
19.05.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой педагогических
практик и сервисных индустрий
А.С. Джангазиева
19.05.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

Составитель	Коробкова О.М., канд.психол.н., доцент каф-ры ППСИ
Согласовано с работодателями:	Глазырина Л.Т., генеральный директор ООО «Центр путешествий Колумб» (Франчайзинг Pegas Touristik
	Обручев А.В., директор общества с ограниченной ответственностью санаторно-оздоровительный лагерь круглогодичного действия «Астраханские зори»
Направление подготовки	43.04.02 Туризм
Направленность (профиль) ОПОП	«Организация управления туристскими дестинациями»
Квалификация (степень)	магистр
Форма обучения	очная
Год приема	2025
Курс	2 (по очной форме)
Семестр(ы)	3 (по очной форме)

Астрахань– 2025 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины «Методы и технологии работы с клиентами в индустрии туризма» являются: формирование представления о современных подходах и методах клиент-ориентированных структур и процессов в индустрии туризма, приобретении студентами знаний, умений, компетенций в области разработки модели организационной структуры предприятия туризма и составления прогнозов развития предприятия с учетом ориентации на потребителя туристских услуг..

1.2. Задачи освоения дисциплины «Методы и технологии работы с клиентами в индустрии туризма»:

- определение ресурсов совершенствования процессов обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма;
- развитие способности составления прогнозов развития предприятия с учетом ориентации на потребителя туристских услуг;
- формирование умения разрабатывать модель клиенториентированной организационной структуры предприятия индустрии туризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Методы и технологии работы с клиентами в индустрии Туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины) (Б1.В.Д.04.02) программы подготовки магистров очного отделения по направлению **43.04.02 Туризм**. Профиль **«Организация управления туристскими дестинациями»** и осваивается в 3 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:

- *«Педагогика профессиональной деятельности»*
- *«Психология профессиональной деятельности»*

Знания:

- основных принципов работы туристической индустрии, типов туризма, туристических продуктов и услуг
- основ социальной психологии, межличностного общения, групповой динамики, восприятия и интерпретации информации, влияния культурных факторов на мышление и поведение
- социальных групп, межкультурной коммуникации, основы социальной работы;

Умения:

- планировать и организовывать свою работу и деятельность туристического предприятия;
- идентифицировать и анализировать культурные различия, влияющие на общение в туристической сфере;
- строить эффективную коммуникацию с людьми разных культур, учитывая их особенности восприятия и поведения;
- предотвращать и разрешать конфликты, возникающие в процессе межкультурного общения.

Навыки:

- разрабатывать и применять технологию обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий;
- применять технологические инновации и современное программное обеспечение в туристской сфере;
- планирования и организации мероприятия, учитывающие потребности всех участников.

2.3. Последующие учебные дисциплины и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- *«Производственная практика»;*
- *«Магистерская диссертация»*

Компетенции, полученные при изучении данной дисциплины, позволят совершенствовать подготовку студента к теоретическому анализу написанию научно-

исследовательских работ. Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины, будут способствовать написанию магистерской диссертации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующей(их) компетенции(ий) в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

а) универсальных (УК):

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

в) профессиональных (ПК):

ПК-2 - Способен разработать и обосновать перспективные проекты для развития туристских дестинаций.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-5	УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп УК-5.2. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	особенности социальной организации общества, специфику менталитета, аксиосферы и мировоззрения культур России, Запада и Востока; особенности представлений культур друг о друге с учётом общего ценностного контекста, этностереотипов и гетеростереотипов; основы теории коммуникации, проблемы культурной идентичности и межкультурных контактов	достигать эффективности и коммуникации, использовать общие коды (вербальные или невербальные); преодолевать культурный барьер, воспринимать межкультурные различия, избегать предубеждений и настраиваться на совместные действия с представителями других культур; сохраняя национальную идентичность, избегать этноцентризма, соблюдать	способность преодолевать стереотипы; творческое отношение к процессу коммуникации; способность использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения (тон, стиль, стратегии, речевые жанры, тематика и т. д.).

			нормы этикета, моральные и культурные нормы.	
ПК-2	ПК-2.1. Способен сформулировать цели, задачи и основные характеристики перспективных проектов для развития туристских дестинаций ПК-2.2. Обладает навыками по формированию и развитию команды перспективных проектов для развития туристских дестинаций ПК-2.3. Способен дать качественную и количественную оценку эффективности и результативности перспективных проектов для развития туристских дестинаций	Теоретические основы туризма, рекреационной географии и планирования Методы анализа туристского рынка и спроса. Методологии стратегического планирования в туризме. Методы оценки экономического эффективности туристских проектов.	Проводить анализ туристского потенциала конкретной территории. Разрабатывать концепции развития туристских дестинаций. Разрабатывать маркетинговые стратегии для туристских продуктов. Оценивать экономическую эффективность туристских проектов.	Методами анализа данных и прогнозирования развития туризма. Навыками разработки бизнес-планов туристских проектов. Навыками составления презентаций и публичных выступлений. Навыками работы с различными источниками информации. Навыками использования современных информационных технологий. Методами оценки воздействия туризма на окружающую среду и социальную сферу.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения

приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3
Объем дисциплины в академических часах	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	26
- занятия лекционного типа, в том числе:	-
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	26
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	82
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	зачет – 3 семестр

Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины
для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточно й аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Семестр 3.										
Раздел 1. Основы психологии и коммуникации в туризме			5					16	21	Устный опрос Тест Контрольная работа
Раздел 2. Технологии продаж туристических продуктов			5					16	21	Устный опрос Тест Контрольная работа
Раздел 3. Управление качеством обслуживания и решение проблем			5					16	21	Устный опрос Тест Контрольная работа
Раздел 4. Информационные технологии в работе с клиентами			5					17	22	Устный опрос Тест Эссе
Раздел 5. Методы работы с клиентами			6					17	22	Устный опрос Тест Практическая работа

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточно й аттестации <i>[по семестрам]</i>
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										
ИТОГО за семестр:			26					82	108	зачет
Итого за весь период			26					82	108	зачет

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Разделы, тема дисциплины	Кол- во часов	Код компетенции	
		УК-5	общее количество компетенций
Раздел 1. Основы психологии и коммуникации в туризме	21	+	1
Раздел 2. Технологии продаж туристических продуктов	21	+	1
Раздел 3. Управление качеством обслуживания и решение проблем	21	+	1
Раздел 4. Информационные технологии в работе с клиентами	22	+	1
Раздел 5. Методы работы с клиентами	22	+	1
<i>Итого</i>	108	5	5

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Раздел 1. Основы психологии и коммуникации в туризме

Психологические аспекты обслуживания туристов. Типология туристов: мотивация путешествий, ожидания, потребности. Особенности восприятия информации туристами. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления. Техники активного слушания и эмпатии. Управление конфликтами в общении с клиентами. Эффективные коммуникативные навыки в туризме. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Техники убеждения и презентации туристических продуктов. Навыки ведения телефонных переговоров и деловой переписки. Работа с возражениями клиентов. Культура общения и этикет в индустрии туризма.

Раздел 2. Технологии продаж туристических продуктов

Анализ рынка туристических услуг. Сегментация рынка туризма. Конкурентный анализ. Исследование потребностей и предпочтений целевых аудиторий. Формирование ценовой политики. Методы и техники продаж туристических продуктов. Разработка индивидуальных и групповых туристических программ. Презентация туристических продуктов с использованием различных средств (буклеты, каталоги, презентации). Техники обработки возражений и

заключения сделки. Работа с CRM-системами. Онлайн-продажи туристических услуг. Ведение социальных сетей и работа с онлайн-отзывами. Создание и продвижение сайта туристической компании. Работа с онлайн-платформами бронирования. SEO-оптимизация и контекстная реклама.

Раздел 3. Управление качеством обслуживания и решение проблем

Стандарты обслуживания клиентов в индустрии туризма. Системы управления качеством (ISO 9001, другие). Оценка качества обслуживания. Обратная связь с клиентами. Методы повышения лояльности клиентов. Претензионная работа и управление конфликтами. Причины возникновения конфликтных ситуаций с клиентами. Техники разрешения конфликтных ситуаций. Обработка жалоб и претензий. Разработка стратегии работы с негативными отзывами.

Раздел 4. Информационные технологии в работе с клиентами

Использование специализированного программного обеспечения. Системы бронирования (GDS, CRS). CRM-системы для управления взаимоотношениями с клиентами. Системы управления контентом (CMS). Цифровые инструменты для работы с клиентами. Чат-боты и мессенджеры. Онлайн-консультации. Мобильные приложения для туристов.

Раздел 5. Методы работы с клиентами

Персональный подход к клиентам: Сегментация клиентов, разработка индивидуальных туристических программ, учет индивидуальных потребностей и предпочтений.

Работа с различными каналами продаж: Онлайн-бронирование, работа с социальными сетями, работа с туристическими операторами, direct sales.

Использование CRM-систем в туризме: Автоматизация процессов работы с клиентами, хранение и анализ данных о клиентах, персонализированные коммуникации.

Технологии обработки заявок и бронирования: Онлайн-системы бронирования, работа с GDS (глобальными системами распределения), электронные билеты и ваучеры.

Управление ожиданиями клиентов: Правильное информирование клиентов на всех этапах путешествия, предотвращение недоразумений и конфликтов.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

В ходе освоения дисциплины лабораторные занятия не предусмотрены.

Преподаватель, назначенный для чтения лекций, обязан до начала учебного процесса подготовить учебно-методические материалы, необходимые для проведения лекционных и семинарских занятий. К ним относятся: рабочая программа учебной дисциплины или междисциплинарного курса; методические материалы для проведения семинарских (практических и др.) занятий.

Разработанный комплект учебно-методических материалов предоставляется в бумажном и электронном виде, обсуждается и утверждается на заседании кафедры перед началом учебного года.

Преподаватель обязан проводить лекционные занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с

тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Как правило, семинару предшествует лекция по той же теме.

Обязательным в начале лекционного, семинарского занятия проводится контроль знаний, обязательным проведение проектной работы в команде.

В процессе практических (семинарских) занятий, наряду с формированием умений и навыков, обобщаются, систематизируются, конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

На практических (семинарских) занятиях по дисциплине применяются следующие формы работы:

- 1) Фронтальная – все студенты выполняют одну и ту же работу;
- 2) Групповая – одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- 3) Индивидуальная – каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Структура практических занятий по дисциплине в основном одинакова: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач, тренировочные упражнения и т.д.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, инструкции по выполнению заданий), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине «Методы и технологии работы с клиентами в индустрии туризма» составляет 82 часа.

Самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к практическим занятиям и выполнения творческих заданий.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся
для очной формы обучения**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол- во часов	Формы работы
Психология продаж в туризме: Изучение мотивации туристов, типология клиентов, выявление потребностей, работа с возражениями, техники убеждения, нейролингвистическое программирование (НЛП) в туризме.	16	письменное домашнее задание
Управление конфликтами с клиентами: Техники разрешения конфликтных ситуаций, работа с негативными отзывами, профилактика конфликтных ситуаций, стратегии работы с агрессивными клиентами.	16	письменное домашнее задание
Техники активного слушания и эффективной коммуникации: Вербальные и невербальные методы коммуникации, эмпатия, формирование доверия, эффективное общение в условиях стресса.	16	письменное домашнее задание
Персонализация обслуживания клиентов: Создание индивидуальных туристических программ,	17	письменное домашнее задание

использование персонализированного подхода, CRM-систем для сегментация клиентов.		
Работа с VIP-клиентами: Индивидуальный подход, предоставление эксклюзивных услуг, управление отношениями с VIP-клиентами. Работа с проблемными клиентами: Решение конфликтных ситуаций, претензионная работа, возврат денежных средств. Работа с иностранными клиентами: Особенности работы с клиентами из разных стран, знание иностранных языков, учет культурных особенностей.	17	письменное домашнее задание

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Для выполнения всех видов письменных работ по дисциплине на занятиях и дома обучающимся рекомендуется иметь рабочую тетрадь. Все письменные домашние задания выполняются по учебникам, указанным в перечне основной и дополнительной литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Требования к составлению реферата

Реферирование, или составление реферата - это краткое изложение содержания теоретического материала. Реферат должен быть написан научным языком. Структура реферата: название реферата; основная идея или суть, основные аспекты теории или концепции, вывод. Средний объем реферата – от 500 до 2500 печатных знаков.

Требования к составлению доклада:

Доклад - публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему.

Общая структура доклада вступление, основная часть и заключение.

Вступление. Формулировка темы доклада, Актуальность выбранной темы, Анализ литературных источников.

Основная часть. Состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему. Возможно использование иллюстрации (графики, диаграммы, фотографии, карты, рисунки) Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер.

Заключение. Подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Требования к оформлению доклада. Объем машинописного текста доклада должен быть рассчитан на произнесение доклада в течение 7 -10 минут (3-5 машинописных листа текста с докладом).

Требования к написанию эссе

В задании приводится некое утверждение. Нужно написать сочинение-рассуждение, в котором выражается собственное мнение автора касательно данного утверждения.

Эссе должно состоять минимум из 180 и максимум из 275 слов. Если написано меньше 180 слов, то задание проверке не подлежит и оценивается в 0 баллов. Если написано больше 275 слов, то «проверке подлежит только та часть работы, которая соответствует требуемому объёму». Текст организован максимально правильно, т.е. высказывание логично, структура текста соответствует предложенному плану; средства логической связи использованы правильно; текст разделён на абзацы.

Эссе должно быть чётко структурировано и включать в себя следующие части (каждая начинается с нового абзаца):

1. Вступление. Здесь необходимо обозначить проблему, указанную в задании. Важно

перефразировать её, а не переписать слово в слово. Также следует дополнить этот тезис небольшим комментарием-пояснением. Закончить вступление можно риторическим вопросом.

2. Выражение собственного мнения. В данном абзаце необходимо тезисно отразить личное отношение автора к данной проблеме и подкрепить его 2-3 развернутыми аргументами. Важно, чтобы доводы были убедительными, ёмкими и логичными. Аргументы вводятся с помощью универсальных слов-связок и фраз.

3. Выражение противоположного мнения. Третий абзац эссе должен содержать точку зрения оппонента. Этот тезис также необходимо подкрепить 1-2 аргументами. Важно, чтобы аргументов у оппонента было на 1 меньше (т.е., если во 2-м абзаце у автора три аргумента, в 3-м должно быть два), потому что цель автора – доказать собственную правоту.

4. Несогласие с мнением оппонентов. Здесь следует опровергнуть мнение оппонента, выразить несогласие автора и подкрепить его 1-2 контраргументами (2 аргумента оппонента = 2 контраргумента автора).

5. Заключение. Последний абзац должен содержать обобщенный вывод касательно обсуждаемого вопроса, который также дополняется комментарием. Можно использовать универсальную фразу, которая заставит читателя задуматься над проблемой.

Требования к ведению конспектирования материала

Это сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Последовательность составления конспекта: внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

- выделите главное, составьте план;
- кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
- законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
- грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного.

Подготовка к зачету

Зачет – является итоговой формой оценивания знаний студента по всему курсу изученной дисциплины. Зачет проводится в письменной форме, очно. Для подготовки к зачету понадобится материал курса лекций, конспекты практических занятий, словарь терминов. При высоком уровне подготовки к практическим занятиям и составлении конспектов дополнительной литературы к каждой теме, можно избежать обращения к дополнительным источникам знаний при подготовке к зачету. Пользование конспектом или другими носителями информации на зачете запрещено.

Итоговая оценка по дисциплине будет учитывать результаты творческих работ, тестирования и зачета.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: кейс - задачи, практические работы, индивидуальные задания.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Раздел 1. Основы психологии и коммуникации в туризме	<i>Не предусмотрено</i>	Устный опрос Тест Контрольная работа	<i>Не предусмотрено</i>
Раздел 2. Технологии продаж туристических продуктов	<i>Не предусмотрено</i>	Устный опрос Тест Контрольная работа	<i>Не предусмотрено</i>
Раздел 3. Управление качеством обслуживания и решение проблем	<i>Не предусмотрено</i>	Устный опрос Тест Контрольная работа	<i>Не предусмотрено</i>
Раздел 4. Информационные технологии в работе с клиентами	<i>Не предусмотрено</i>	Устный опрос Тест Эссе	<i>Не предусмотрено</i>
Раздел 5. Методы работы с клиентами	<i>Не предусмотрено</i>	Устный опрос Тест Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.))
- - использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации
- - использование возможностей электронной почты преподавателя
- - использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.)
- - использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.))
- - использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды [*LMS Moodle «Электронное образование»*] или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров].

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
VLC Player	Медиапроигрыватель
Far Manager	Файловый менеджер
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu
MATLAB R2014a	Пакет прикладных программ для решения задач технических вычислений
Oracle SQL Developer	Среда разработки
IBM SPSS Statistics 21	Программа для статистической обработки данных

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
<u>Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU</u>
Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/
Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Методы и технологии работы с клиентами в индустрии туризма» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1.	Темы 1-5	УК-5, ПК-2	опрос
2.	Темы 1-3	УК-5, ПК-2	Контрольная работа
3.	Темы 1-5	УК-5, ПК-2	тест
4.	Тема 4	УК-5, ПК-2	эссе
5.	Тема 5	УК-5, ПК-2	Практическая работа

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы

Шкала оценивания	Критерии оценивания
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Раздел 1. Основы психологии и коммуникации в туризме

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные психологические потребности удовлетворяются во время путешествий? (Отдых, познание, самореализация, социальное взаимодействие и т.д.) Как эти потребности различаются у разных категорий туристов (например, семейные туристы, молодые люди, пенсионеры)?
2. Как психологический профиль туриста влияет на его выбор направления, типа отдыха и уровня сервиса? (Например, интроверт vs. экстраверт, любитель комфорта vs. любитель приключений)
3. Как управлять ожиданиями туриста и предотвращать когнитивный диссонанс? (Например, как справиться с несоответствием реальности и рекламных обещаний?)
4. Как туристы реагируют на стрессовые ситуации во время путешествия? (Задержки рейсов, потеря багажа, проблемы со здоровьем) Какие стратегии помогают справиться с такими ситуациями?
5. Какова роль мотивации в планировании и осуществлении туристических поездок? Как можно использовать знания о мотивации для повышения эффективности туристических продуктов и услуг?
6. Как влияние группы (семья, друзья) сказывается на принятии решений туристами? Какие коммуникативные стратегии эффективны для работы с групповыми туристами?
7. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для привлечения туристов? (Сайт, социальные сети, реклама, сарафанное радио) Как использовать их в комплексе?
8. Как создать эффективное и убедительное сообщение для целевой аудитории? (Учет психологии и потребностей, язык и стиль сообщения)
9. Как строить эффективное общение с туристами на разных этапах туристического путешествия? (Планирование, бронирование, пребывание, после поездки)
10. Как управлять негативными отзывами и жалобами туристов? Какие коммуникативные стратегии позволяют превратить негативный опыт в позитивный?
11. Роль невербальной коммуникации в туристическом обслуживании. Как мимика, жесты и другие невербальные сигналы влияют на восприятие туристами качества обслуживания?
12. Как использовать технологии (например, чат-боты, виртуальная реальность) для улучшения коммуникации с туристами?
13. Языковой барьер в туризме: как его преодолеть? Какие стратегии и инструменты эффективны для межкультурной коммуникации?
14. Этические аспекты коммуникации в туризме. Как избежать манипуляций и обмана туристов?

Тест:

1. Какая потребность согласно пирамиде Маслоу является основой мотивации путешествий для большинства людей?
 - а) Физиологические потребности
 - б) Потребность в безопасности
 - в) Социальные потребности
 - г) Потребность в уважении
 - д) Потребность в самоактуализации
2. Какой тип личности наиболее склонен к самостоятельным путешествиям?
 - а) Интроверт
 - б) Экстраверт
 - с) Амбиверт
 - д) Нет правильного ответа
3. Что такое "когнитивный диссонанс" в контексте туризма?
 - а) Несовпадение ожиданий туриста с реальностью
 - б) Положительное восприятие путешествия
 - с) Стресс от длительного путешествия
 - д) Желание вернуться в место отдыха
4. Какой стиль коммуникации наиболее эффективен при работе с конфликтными туристами?
 - а) Авторитарный
 - б) Агрессивный
 - с) Ассертивный
 - д) Пассивно-агрессивный
5. Что такое "эффект ореола" в восприятии туриста?
 - а) Оценка туриста на основе одной яркой характеристики
 - б) Объективная оценка туриста
 - с) Игнорирование недостатков туриста
 - д) Преувеличение достоинств туриста
6. К какому типу невербальной коммуникации относится поза тела?
 - а) Кинесика
 - б) Проксемика
 - с) Тактильные коммуникации
 - д) Паралингвистика
7. Какие факторы влияют на выбор туристами направления путешествия? (Выбрать несколько ответов)
 - а) Цена
 - б) Климат
 - с) Культура
 - д) Рекомендации друзей
 - е) Реклама

Контрольная работа:

1. Опишите два основных типа мотивации путешествий, приводя примеры для каждого.
2. Назовите три основных барьера в межличностной коммуникации в туризме и предложите способы их преодоления.
3. Объясните, как знание психологии помогает турагенту эффективно продавать туры.

Раздел 2. Технологии продаж туристических продуктов

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные технологии продаж используются в туристическом бизнесе сегодня? Как они эволюционировали за последние годы?
2. Каковы ключевые отличия онлайн и оффлайн продаж туристических продуктов? Какие преимущества и недостатки имеет каждый подход?
3. Как изменилась роль туристического агента в эпоху онлайн-бронирования? Какие новые навыки и компетенции требуются от современных специалистов?
4. Какие метрики используются для оценки эффективности продаж туристических продуктов? Как анализировать эти данные и использовать их для оптимизации процесса?
5. Как бороться с конкуренцией в сфере туристических продаж? Какие стратегии позволяют выделиться на рынке?
6. Как технологии помогают персонализировать предложение туристических продуктов для клиентов?
7. Какое влияние оказывают социальные сети и другие цифровые каналы на продажи туристических продуктов? Как эффективно их использовать?
8. Как технологии помогают управлять и оптимизировать ценообразование на туристические продукты?
9. Какую роль играет Big Data и аналитика в прогнозировании спроса и оптимизации продаж?
10. Как технологии способствуют повышению лояльности клиентов и стимулированию повторных покупок?

Тест:

1. Какой этап продаж является наиболее важным для установления доверия с клиентом?
 - а) Предложение продукта
 - б) Обработка возражений
 - в) Установление контакта
 - г) Закрытие сделки
2. Что является ключевым элементом успешной презентации туристического продукта?
 - а) Низкая цена
 - б) Яркие фотографии
 - в) Понимание потребностей клиента и польза для него
 - г) Длительный рассказ о преимуществах
3. Какой метод обработки возражений наиболее эффективен при работе с недоверчивыми клиентами?
 - а) Игнорирование возражения
 - б) Спор с клиентом
 - в) Подтверждение возражения и предложение альтернативы
 - г) Перевод темы разговора
4. Что такое "upselling" в контексте продаж туристических продуктов?
 - а) Предложение более дешевого варианта
 - б) Предложение дополнительных услуг или улучшенных опций к основному продукту
 - с) Предложение продукта конкурента
 - д) Снижение цены на основной продукт
5. Какой из перечисленных факторов НЕ является ключевым при выборе туристического продукта?
 - а) Цена
 - б) Местоположение

- в) Цвет паспорта клиента
- г) Продолжительность поездки

Контрольная работа:

1. Перечислите 5 основных этапов процесса продаж туристического продукта.
2. Опишите, как можно установить контакт с потенциальным клиентом по телефону.
3. Приведите 3 основных возражения клиентов при покупке тура и предложите способы их обработки.
4. Объясните, в чем заключается разница между "upselling" и "cross-selling".
5. Опишите, как использовать преимущества невербальной коммуникации при личной встрече с клиентом.

Раздел 3. Управление качеством обслуживания и решение проблем

Вопросы для обсуждения:

1. Как определить "качество обслуживания" в туристской индустрии, учитывая субъективность восприятия клиента? Какие критерии являются наиболее важными (например, функциональные, эмоциональные, социальные)?
2. Какие факторы влияют на восприятие качества обслуживания туристом? (например, ожидания, индивидуальные потребности, культурные различия, опыт предыдущих путешествий).
3. Как можно измерить качество обслуживания в туризме? Какие методы количественного и качественного анализа наиболее эффективны? (например, опросы, анкетирование, анализ отзывов, мониторинг социальных сетей).
4. Как соотносятся цена и качество обслуживания в туризме? Существует ли корреляция? В каких случаях турист готов платить больше за более высокое качество?
5. Какие инструменты и методы управления качеством наиболее эффективны в туристской индустрии (например, стандартизация услуг, системы контроля качества, обучение персонала, внедрение CRM-систем)?
6. Какова роль персонала в обеспечении высокого качества обслуживания? Как можно мотивировать сотрудников на предоставление качественных услуг?
7. Как использовать обратную связь от туристов для улучшения качества обслуживания? Как эффективно обрабатывать жалобы и негативные отзывы?
8. Как технологии (например, онлайн-бронирование, мобильные приложения, chatbots) влияют на качество обслуживания в туризме и как их можно эффективно использовать?
9. Как компании в туристской индустрии могут создавать и поддерживать позитивный имидж и репутацию, связанную с высоким качеством обслуживания?
10. Какие типичные проблемы возникают в процессе предоставления туристических услуг и как их можно предотвратить? (например, задержки рейсов, потеря багажа, проблемы с проживанием, несоответствие заявленных услуг).
11. Как эффективно реагировать на кризисные ситуации в туризме (например, стихийные бедствия, политическая нестабильность, пандемии)?
12. Как осуществлять эффективное управление рисками в туристской индустрии?
13. Как разрешать конфликты с клиентами и минимизировать негативное воздействие на репутацию компании?
14. Какую роль играет страхование в управлении рисками и решении проблем в туризме?

Тест:

1. Какой из перечисленных факторов НЕ является ключевым показателем эффективности (KPI) в сфере туризма?
 - а) Уровень удовлетворенности клиентов
 - б) Количество жалоб
 - в) Число сотрудников
 - г) Доходность на одного клиента

2. Что такое "сервис-ориентированная культура"?
 - а) Наличие большого количества услуг
 - б) Организационная культура, ставящая удовлетворение клиентов во главу угла
 - с) Высокая квалификация сотрудников
 - д) Использование современных технологий
3. Какая методика используется для анализа и решения проблем в туризме?
 - а) SWOT-анализ
 - б) Анализ PEST
 - с) Метод "5 почему"
 - д) Все вышеперечисленные
4. Что такое "клиентский опыт"?
 - а) Только взаимодействие клиента с компанией во время покупки тура.
 - б) Все взаимодействия клиента с компанией на всех этапах "путешествия покупателя".
 - с) Только отзывы клиентов о путешествии.
 - д) Только оценка качества гостиницы.
5. Какой из перечисленных инструментов НЕ используется для измерения удовлетворенности клиентов?
 - а) Анкеты
 - б) Опросы
 - с) Анализ социальных сетей
 - д) Анализ финансовых показателей
6. Что такое "несоответствие" в контексте управления качеством?
 - а) Неожиданная прибыль.
 - б) Разница между ожидаемым и фактическим качеством услуги.
 - с) Высокая конкуренция.
 - д) Нехватка персонала.
7. Какой подход к управлению качеством фокусируется на предотвращении ошибок, а не на их исправлении?
 - а) Реактивный
 - б) Проактивный
 - с) Реактивно-проактивный
 - д) Ни один из вышеперечисленных
8. Что такое "benchmarking"?
 - а) Сравнение показателей собственной компании с показателями лучших в отрасли.
 - б) Разработка новых услуг.
 - с) Обучение персонала.
 - д) Разработка маркетинговой стратегии.
9. Какая из методик помогает визуализировать процессы предоставления услуг?
 - а) Диаграмма Парето
 - б) Карта процесса
 - с) Диаграмма Исикавы
 - д) Матрица SWOT
10. Что такое "восстановление" в контексте управления качеством обслуживания?

- а) Предотвращение возникновения проблем.
- б) Исправление ошибок и компенсация клиенту за неудобства.
- с) Анализ причин возникновения проблем.
- д) Разработка новых стандартов качества.

Контрольная работа:

1. Опишите этапы процесса управления качеством обслуживания в туристской индустрии.
2. Рассмотрите пример конкретной проблемы в туризме (например, задержка рейса, потеря багажа, несоответствие отеля заявленным характеристикам) и предложите способы ее решения с учетом принципов управления качеством.
3. Объясните, как использовать SWOT-анализ для оценки конкурентных преимуществ туроператора на рынке.

Раздел 4. Информационные технологии в работе с клиентами

Вопросы для обсуждения:

1. Как информационные технологии изменили взаимодействие туристских компаний с клиентами? Приведите конкретные примеры.
2. Какие основные ИТ-инструменты используются в туристской индустрии для работы с клиентами? Оцените их эффективность.
3. Каковы преимущества и недостатки использования различных ИТ-инструментов (например, CRM, чат-боты, мобильные приложения) для обслуживания клиентов в туризме?
4. Как ИТ-технологии помогают персонализировать опыт клиента в туристской сфере?
5. Как туристские компании могут использовать большие данные (Big Data) для улучшения обслуживания клиентов и разработки новых продуктов?
6. Какую роль играют социальные сети в общении с клиентами в туристской индустрии? Как эффективно использовать социальные медиа для решения проблем и обратной связи?
7. Как обеспечить безопасность данных клиентов в условиях широкого использования информационных технологий?
8. Какие новые технологии (например, VR/AR, искусственный интеллект) могут быть применены в будущем для улучшения обслуживания клиентов в туризме?

Тест:

1. Какая из систем бронирования является глобальной системой распределения (GDS)?
 - а) Amadeus б) Sabre в) Galileo г) Все вышеперечисленные
2. Что такое CRM-система в контексте туризма?
 - а) Система управления базами данных б) Система управления взаимоотношениями с клиентами в) Система бронирования авиабилетов г) Система управления персоналом
3. Какая технология позволяет туристам виртуально "посетить" отель или достопримечательность перед бронированием?
 - а) Видеоконференция б) Виртуальная реальность (VR) в) Онлайн-чат г) Электронная почта
4. Для чего используются QR-коды в туризме?
 - а) Для оплаты услуг б) Для доступа к информации в) Для идентификации туристов г) Все вышеперечисленные
5. Какой тип программного обеспечения используется для создания и управления веб-сайтами туристических компаний?
 - а) CRM б) CMS в) GDS г) ERP
6. Что такое метапоисковик для путешествий?
 - а) Поисковая система, которая ищет только в социальных сетях б) Поисковая система, которая сравнивает цены на туристические услуги в) Поисковая система, которая ищет только информацию о погоде г) Поисковая система, которая ищет только информацию о достопримечательностях
7. Как информационные технологии влияют на лояльность клиентов в туризме?

- а) Увеличивают затраты на обслуживание б) Ухудшают качество обслуживания в) Повышают удобство и персонализацию обслуживания г) Не оказывают никакого влияния
8. Какие данные собираются с помощью аналитики веб-сайта туристической компании?
а) Информация о погоде б) Информация о предпочтениях пользователей в) Информация о конкурентах г) Информация о курсах валют
9. Какие мобильные приложения наиболее популярны среди туристов?
а) Приложения для бронирования отелей и авиабилетов б) Приложения-путеводители в) Приложения для перевода г) Все вышеперечисленные
10. Что такое онлайн-репутация в туризме и как её можно отслеживать?

Эссе:

1. Опишите влияние информационных технологий на будущее туристской индустрии. Рассмотрите как положительные, так и отрицательные стороны.
2. Обсудите роль кибербезопасности в туристической индустрии в эпоху цифровых технологий.

Раздел 5. Методы работы с клиентами

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные типы клиентов вы можете выделить в индустрии туризма? Чем они отличаются друг от друга в плане потребностей и ожиданий? Приведите примеры.
2. Как определить потребности клиента на этапе первоначального контакта? Какие инструменты и техники можно использовать?
3. Какие коммуникативные навыки необходимы для успешной работы с клиентами в сфере туризма? Как преодолевать конфликтные ситуации?
4. Раскройте значение "клиентоориентированности". Приведите примеры положительной и отрицательной клиентоориентированности в практике туристических компаний.
5. Как создать доверительные отношения с клиентом? Какую роль играет первое впечатление?
6. Как эффективно управлять ожиданиями клиента, чтобы избежать разочарований?
7. Сравните преимущества и недостатки различных каналов коммуникации с клиентами (телефон, электронная почта, мессенджеры, социальные сети). В каких ситуациях какой канал наиболее эффективен?
8. Опишите этапы процесса продаж туристического продукта. Какие методы можно использовать на каждом этапе для повышения эффективности?
9. Как использовать техники активного слушания для понимания потребностей клиента? Приведите примеры.
10. Какие инструменты CRM (системы управления взаимоотношениями с клиентами) вы знаете и как они могут помочь в работе туристического агента?
11. Как эффективно обрабатывать жалобы и претензии клиентов? Какие шаги необходимо предпринять для решения проблемных ситуаций?
12. Как создать и поддерживать позитивный образ компании в глазах клиентов? Какую роль играет обратная связь?

Практическая работа:

1. Опишите основные этапы работы с клиентом от первого контакта до завершения сделки. Укажите ключевые навыки и техники, которые необходимо использовать на каждом этапе. Приведите пример из практики туристской индустрии.
2. Разработайте сценарий работы с клиентом, который выражает недовольство качеством предоставляемых услуг. Покажите, как можно разрешить конфликтную ситуацию и превратить недовольного клиента в лояльного.
3. Сравните и оцените эффективность двух различных методов работы с клиентами (например, телефонных продаж и онлайн-консультирования) в контексте туристской индустрии. Укажите преимущества и недостатки каждого метода, а также ситуации, в которых один метод будет предпочтительнее другого.

Тест:

1. Какой из перечисленных методов НЕ относится к основным методам работы с клиентами в туризме?
 - а) Личное общение
 - б) Телефонные переговоры
 - в) Электронная почта
 - г) Анализ рынка ценных бумаг
2. Что является ключевым элементом успешного личного общения с клиентом в туристическом агентстве?
 - а) Быстрая речь
 - б) Использование профессионального жаргона
 - в) Установление доброжелательной атмосферы и выявление потребностей клиента
 - г) Навязывание самых дорогих туров
3. При телефонном общении с клиентом важно:
 - а) Говорить монотонно
 - б) Прерывать клиента, если он задает слишком много вопросов
 - в) Ясно и четко излагать информацию, активно слушать и отвечать на вопросы клиента
 - г) Игнорировать возражения клиента
4. Какой тип электронной коммуникации наиболее эффективен для предоставления клиенту подробной информации о туре?
 - а) SMS-сообщение
 - б) Сообщение в мессенджере (WhatsApp, Telegram)
 - в) Электронное письмо с подробным описанием тура, фотографиями и другими материалами
 - г) Твит
5. Что такое "cross-selling" в контексте работы с клиентами в туризме?
 - а) Продажа туров по низким ценам
 - б) Предложение дополнительных услуг (страховка, экскурсии, трансфер) к основному туру
 - в) Продажа туров только постоянным клиентам
 - г) Возврат денег за неиспользованные услуги
6. Что подразумевает "upselling" в контексте работы с клиентами в туризме?
 - а) Предложение клиенту более дешевого варианта тура
 - б) Предложение клиенту более дорогого и качественного варианта тура, чем он изначально выбрал
 - в) Предложение клиенту отменить бронь
 - г) Бесплатное предоставление дополнительных услуг
7. Какой подход к работе с клиентами подразумевает индивидуальный подход и учет всех его потребностей и пожеланий?
 - а) Массовый маркетинг
 - б) Персонализированный подход
 - в) Стандартный подход
 - г) Агрессивный маркетинг
8. Обратная связь с клиентом важна, потому что:
 - а) Это позволяет улучшить качество обслуживания
 - б) Это помогает выявить недочеты в работе
 - в) Это дает возможность получить отзывы и предложения по улучшению услуг

д) Все перечисленное верно

9. Как эффективно обрабатывать жалобы клиентов?

- а) Игнорировать жалобу
- б) Спорить с клиентом
- в) Выслушать жалобу, извиниться, найти решение и предложить компенсацию, если это необходимо
- д) Переложить ответственность на других сотрудников

10. Что такое CRM-система и как она помогает в работе с клиентами?

- а) Это система для управления запасами товаров
- б) Это система управления взаимоотношениями с клиентами, которая помогает отслеживать взаимодействие с клиентами, хранить информацию о них и автоматизировать некоторые процессы
- в) Это система для бронирования билетов
- д) Это система для расчета стоимости туров

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет:

1. Опишите основные принципы работы с клиентами в сфере туризма. Какие качества необходимы сотруднику для успешного взаимодействия с туристами?
2. Как вы понимаете понятие «клиентоориентированность»? Приведите примеры клиентоориентированного поведения в туризме.
3. Какие этапы включает в себя процесс обслуживания туриста? Опишите каждый этап.
4. Какие виды коммуникаций используются в работе с клиентами в туризме (устная, письменная, электронная)? Какие особенности имеет каждый вид?
5. Опишите различные типы туристов (например, самостоятельные путешественники, организованные группы, бизнес-туристы). Как подход к обслуживанию должен различаться для каждого типа?
6. Как правильно обрабатывать жалобы клиентов? Опишите алгоритм действий.
7. Что такое CRM-система и как она используется в туризме для работы с клиентами?
8. Какие методы продаж туристических продуктов вы знаете? Опишите преимущества и недостатки каждого метода.
9. Как правильно презентовать туристический продукт клиенту? Какие аспекты необходимо подчеркнуть?
10. Что такое кросс-продажи и апселлинг в контексте туризма? Приведите примеры.
11. Как работать с возражениями клиентов при продаже туров? Приведите примеры типичных возражений и способов их преодоления.
12. Какие технологии используются для повышения эффективности продаж в туризме (например, онлайн-бронирование, чат-боты)?
13. Опишите этапы заключения сделки с клиентом.
14. Какие программные продукты используются для работы с клиентами в туризме (системы бронирования, CRM-системы)?
15. Какие онлайн-каналы используются для привлечения и обслуживания клиентов (сайты, социальные сети, мессенджеры)? Какие особенности работы с каждым каналом?
16. Как использовать социальные сети для продвижения туристических продуктов и взаимодействия с клиентами?
17. Какую роль играет электронная почта в коммуникации с клиентами? Как составить эффективное электронное письмо?
18. Опишите принципы работы с онлайн-отзывами о туристических компаниях и услугах. Как реагировать на негативные отзывы?
19. Как обеспечить конфиденциальность персональных данных клиентов в соответствии с законодательством?

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия				
1.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Что является ключевым фактором успешной работы с клиентами в туризме? а) Низкая цена тура б) Широкий выбор туров в) Индивидуальный подход и отличное обслуживание г) Реклама и маркетинг	в	1
2.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Какие этапы включает в себя процесс обслуживания клиента в туризме? а) Прием заявки и продажа тура б) Прием заявки, консультирование, оформление документов, послепродажное обслуживание в) Только оформление документов г) Только продажа тура	б	1
3.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Что такое кросс-продажи в контексте туризма? а) Продажа туров конкурентам б) Продажа дополнительных услуг к основному туру (страховка, экскурсии, трансферы) в) Продажа туров по сниженным ценам г) Продажа туров в рассрочку	б	1
4.	Задание закрытого типа	Как правильно реагировать на	в	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
	<i>(на выбор одного варианта ответа)</i>	негативные отзывы клиентов? а) Игнорировать их б) Спорить с клиентом в) Извиниться, разобраться в ситуации и предложить решение проблемы г) Переложить ответственность на других сотрудников		
5.	Задание комбинированного типа <i>(с выбором одного варианта ответа и обоснованием выбора)</i>	Как следует общаться с клиентом, предъявляющим претензии? а) Прервать общение б) Спорить с клиентом и доказывать свою правоту в) Выслушать клиента, проявить эмпатию и постараться решить проблему г) Перенаправить клиента к другому сотруднику	В Прерывание общения (а), споры (б) и перенаправление (г) усугубляют ситуацию, создают негативный опыт для клиента и портят репутацию компании. Выслушивание, эмпатия и стремление к решению проблемы демонстрируют клиентоориентированность, снижают напряженность и увеличивают вероятность положительного разрешения конфликта. Даже если проблема не решается сразу, сам факт внимательного отношения уже важен.	8
6.	Задание открытого типа <i>(с развернутым ответом)</i>	Что такое персонализированный подход к клиенту в туризме и как его реализовать?	Персонализированный подход — это создание уникального туристического предложения, учитывающего индивидуальные потребности, предпочтения и бюджет клиента. Реализуется через сбор подробной информации о клиенте (анкетирование, анализ истории покупок, предпочтений в соцсетях), разработку индивидуальных маршрутов, подбор	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			соответствующих отелей и видов транспорта, предложение дополнительных услуг (экскурсии, страховка, трансфер) и поддержание персональной коммуникации на всех этапах обслуживания.	
7.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Какие основные каналы коммуникации с клиентами используются в туризме? Оцените их эффективность.	Основные каналы: веб-сайт, социальные сети (Facebook, Instagram, VKontakte), email-маркетинг, мессенджеры (WhatsApp, Telegram), телефон, личная встреча. Эффективность зависит от целевой аудитории и стратегии. Веб-сайт — основной источник информации, соцсети — для привлечения внимания и взаимодействия, email — для рассылок и подтверждений, телефон — для оперативного решения вопросов, мессенджеры — для быстрого общения, личная встреча — для установления доверительных отношений.	10
8.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Опишите этапы процесса продаж туристического продукта. На каком этапе наиболее важна работа с возражениями клиента?	Этапы: 1) Установление контакта и выявление потребностей, 2) Представление туристического продукта, 3) Работа с возражениями, 4) Заключение сделки, 5) Послепродажное обслуживание. Работа с возражениями важна на всех этапах, но особенно на этапе представления продукта и перед заключением сделки. Необходимо уметь управлять возражениями, предоставляя аргументированные ответы	8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			и альтернативные варианты.	
9.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Какие технологии применяются для повышения эффективности работы с клиентами в туризме? Приведите примеры.	CRM-системы для управления взаимоотношениями с клиентами, системы онлайн-бронирования, чат-боты для автоматизации ответов на часто задаваемые вопросы, системы анализа данных для выявления трендов и предпочтений клиентов, виртуальные туры для демонстрации туристических объектов.	8
10.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Как справиться с конфликтной ситуацией с клиентом в туризме?	Важно оставаться спокойным и вежливым, внимательно выслушать клиента, проявить эмпатию, извиниться за причиненные неудобства (даже если это не ваша вина), предложить конкретные решения проблемы, зафиксировать все договоренности письменно. В сложных ситуациях привлечь руководителя.	8
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-2 - Способен разработать и обосновать перспективные проекты для развития туристских дестинаций				
11.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Что такое CRM-система и зачем она нужна в туризме? а) Система управления рисками б) Система управления взаимоотношениями с клиентами в) Система бронирования авиабилетов г) Система управления финансами	б	1
12.	Задание закрытого типа (на выбор одного	Какие каналы продаж используются в туризме?	в	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
	<i>варианта ответа)</i>	а) Только интернет б) Только туристические агентства в) Интернет, туристические агентства, телефон, социальные сети г) Только телефонные звонки		
13.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Что такое онлайн-бронирование и какие его преимущества? а) Бронирование тура по телефону б) Бронирование тура через интернет, преимущества: доступность 24/7, удобство, скорость в) Бронирование тура в офисе туристического агентства г) Бронирование тура по почте	б	1
14.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Какие технологии используются для повышения эффективности работы с клиентами в туризме? а) Только телефонная связь б) CRM-системы, онлайн-чат, мессенджеры, системы автоматизированного бронирования в) Только электронная почта г) Только социальные сети	б	1
15.	Задание комбинированного типа (с выбором одного варианта ответа и обоснованием выбора)	Как эффективно управлять стрессовыми ситуациями при общении с клиентами? а) Кричать на клиента б) Игнорировать клиента	В Варианты а), б) и г) неэффективны и, более того, вредны. Кричать на клиента (а) усугубит конфликт и нанесет вред	8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		в) Сохранять спокойствие, использовать техники саморегуляции и профессионально разрешать конфликт г) Уволиться с работы	репутации компании. Игнорирование клиента (б) продемонстрирует неуважение и непрофессионализм. Увольнение с работы (г) не решает проблему, а лишь откладывает её. Вариант в) – единственный профессиональный и конструктивный подход, позволяющий эффективно управлять стрессом и разрешать конфликтные ситуации с клиентами, сохраняя положительный имидж и удовлетворенность клиента.	
16.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Что такое Customer Journey Map и как она помогает в работе с клиентами?	Customer Journey Map (карта путешествия клиента) — это визуальное представление пути клиента от первого контакта с компанией до завершения взаимодействия. Она помогает понять потребности клиента на каждом этапе, выявить болевые точки и оптимизировать процессы для улучшения клиентского опыта.	5
17.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Какую роль играет обратная связь от клиентов в улучшении качества обслуживания в туризме?	Обратная связь – ключевой инструмент для улучшения качества обслуживания. Она позволяет идентифицировать слабые места в процессах, усовершенствовать продукты и услуги, повысить лояльность клиентов. Обратная связь может быть собрана через анкетирование, отзывы на сайтах, социальных сетях, личные беседы.	8
18.	Задание	Как использовать	SEO-оптимизация сайта,	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
	открытого типа (с развернутым ответом)	инструменты цифрового маркетинга для привлечения клиентов в туристическую компанию?	контекстная реклама в поисковых системах, таргетированная реклама в социальных сетях, email-маркетинг, создание привлекательного контента (фото, видео, блоги), работа с лидерами мнений (блогеры, инфлюенсеры).	
19.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	В чем разница между продажей туристического пакета и разработкой индивидуального тура?	Продажа туристического пакета — это предложение готового решения, уже сформированного маршрута с фиксированным набором услуг. Разработка индивидуального тура подразумевает создание уникального маршрута с учетом индивидуальных пожеланий клиента, более гибкий подход	8
20.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Какой тип коммуникации наиболее эффективен для привлечения молодых туристов?	Социальные сети и интерактивный контент (видео, сториз).	5

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях:			по календарно-тематическому плану
1.1.	полный ответ по вопросу	5/1-5 балла	25	
1.2.	дополнение	5/1-2 балла	10	
2.	Контрольная работа	3/1-10 балла	30	по календарно-тематическому плану
3.	Тест	3/1-5	15	по календарно-тематическому

				плану
4.	Практическая работа	1/1-10	10	по календарно-тематическому плану
Всего:			90	
6.	Блок бонусов			
6.1.	Посещение занятий	0,2 балла за занятие, но не более 4	10	по календарно-тематическому плану
6.2.	Активность студента на занятии	0,4 балла за занятие, но не более 3		
6.3.	Наличие тематических портфолио	0,2 балла но не более 1		
6.4.	Участие с докладами на научных конференциях	0,2 балла но не более 2		
		Всего:	10	
Всего			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Нарушение учебной дисциплины	-4
Неготовность к занятию	-4
Пропуск занятий без уважительной причины (за одно занятие)	-4

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Введение в туристскую деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Ивлиева, Е. Н. Маслак, А. В. Ханина, А. В. Шмыткова. - Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2022. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927542406.html>
2. Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. - Москва : Финансы и статистика, 2006. - 200 с. - ISBN 5-279-02632-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279026328.html>

3. Менеджмент туризма [Текст] : учебник / А. В. Ключников ; Российская международная академия туризма. - М. : Советский спорт, 2009. - 228 с. - (Профессиональное туристское образование).

4. Щедловская, М. В. Инфраструктурная модель как основа формирования устойчивого развития туризма : монография / Щедловская М. В. - Москва : РГ-Пресс, 2017. - 112 с. - ISBN 978-5-9988-0594-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785998805943.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512929>

2.Новиков, В. С. Менеджмент в туризме: учебное пособие / Новиков В. С. - Москва : Книгодел, 2006. - 166 с. - ISBN 5-9659-0016-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5965900163.html>

3. Путрик Ю.С., Зайцев А.В. Менеджмент туризма: учебное пособие. - LAP Lambert Academic Publishing, 2022.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований.www.studentlibrary.ru.

2. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — www.urait.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционная аудитория с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, зал открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Аудитория для семинарских занятий с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, организации командной работы со студентами.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.

д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).