Министерство спорта и туризма Республики Беларусь

Учреждение образования

«Белорусский государственный университет физической культуры»

Институт менеджмента спорта и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Института менеджмента

спорта и туризма университета

Л.В.Сакун

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата)

Регистрационный номер УД- \_\_

**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**

**стажировки**

для специальности переподготовки

1-89 02 71 «Менеджмент туристской организации»

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки, утвержденным

07.08.2017, рег.№ 25-13/89

Минск, 2018

**Составитель учебной программы:**

Петрушенко А.И., старший преподаватель кафедры непрерывного образования в спорте и туризме Института менеджмента спорта и туризма

Рекомендована к утверждению в качестве учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине для переподготовки кадров на уровне высшего образования

кафедрой непрерывного образования в спорте и туризме Института менеджмента спорта и туризма

(протокол № 1 от «03» сентября 2018)

методической комиссией кафедры непрерывного образования в спорте и туризме Института менеджмента спорта и туризма

(протокол № 1 от «03» сентября 2018)

**1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Стажировка – компонент, нацеленный на освоение слушателем новых методов, технологий и элементов профессиональной деятельности, иных достижений в соответствии с квалификацией, установленной Общегосударственным классификатором Республики Беларусь   
ОКРБ 011-2009 «Специальности и квалификации», утвержденным постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 2 июня 2009 г. № 36. Стажировка слушателей является составной частью образовательного процесса переподготовки кадров на уровне высшего образования специальности1-89 02 71 «Менеджмент туристской организации».

Согласно учебному плану переподготовки специальности   
1-89 02 71 «Менеджмент туристской организации» стажировка слушателей проводится в межсессионный период (после первого года обучения) в объеме 108 часов на базе предприятий и организаций индустрии туризма Республики Беларусь.

Основными базами стажировки слушателей специальности   
1-89 02 71 «Менеджмент туристской организации» являются: туроператорские и турагентские организации, транспортно-туристические компании, предприятия размещения, питания, развлечения, санаторно-оздоровительные и спортивно-туристические комплексы, агроэкоусадьбы, охраняемые природные территории.

**Целью** стажировки является закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин и дисциплин специальности, а также получение практических навыков управления предприятиями индустрии туризма и гостеприимства.

Основные **задачи** стажировки:

* изучение организационно-управленческой структуры туристической организации;
* изучение технологии планирования, формирования, продвижения и реализации туристических услуг;
* изучение методов ценообразования на туристические услуги;
* изучение особенностей кадрового менеджмента на предприятии туристического профиля;
* изучение системы менеджмента качества и направлений повышения конкурентоспособности туристического продукта.

По итогу прохождения стажировки слушатель должен **знать**:

* структуру туристического рынка Республики Беларусь;
* взаимосвязь функций менеджмента в деятельности туристической организации;
* управленческие технологии, применяемые в деятельности туристической организации;
* стратегии управления персоналом и материальными ресурсами туристической организации.

В результате прохождения стажировки слушатель должен **уметь:**

* планировать деятельность туристической организации с учетом конъюнктуры рынка туристических услуг;
* эффективно организовывать финансово-хозяйственную деятельность в туристической организации;
* разрабатывать стратегии ведения туристического бизнеса и модели развития туристической организации;
* управлять качеством услуг.

При организации стажировки преподаватели кафедры и стажеры руководствуются Положением о стажировке слушателей факультета повышения квалификации и переподготовки кадров Института туризма, утвержденного Постановлением совета Института туризма 19.05.2015 (протокол № 10), а именно:

База стажировки подбирается с учетом специальности слушателей переподготовки и с учетом его места жительства. Для выбора объекта стажировки используется электронная база данных предприятий индустрии туризма и гостеприимства, наработанная в течение прошлых стажировок, а также контакты, налаженные с руководителями предприятий во время повышения квалификации. Для прохождения стажировки на одно предприятие единовременно направляется не более двух человек.

Организация стажировки предполагает обсуждение организационных моментов стажировки руководителем от института с руководителем предприятия, в ходе которых определяются:

место (отдел, сектор), в котором будет проходить стажировку слушатель;

закрепление за слушателем руководителя от предприятия;

индивидуальное задание на стажировку слушателю с учетом специфики деятельности отдела и предприятия в целом.

Задание на стажировку составляется руководителем от института с учетом специфики предприятия и специальности слушателя. Задание содержит теоретическую часть (определяет руководитель от института) и практическую часть (определяется в результате обсуждения руководителя от института с руководителем стажировки от предприятия).

Подготовленный пакет документов (договор на стажировку, направление на стажировку, задание на стажировку, утвержденное заведующим кафедрой и согласованное с заместителем директора по инновационной деятельности Института туризма) предоставляется на кафедру.

Перед началом стажировки руководитель стажировки от кафедры непрерывного образования Института туризма проводит инструктаж слушателей, обеспечивает их методической документацией, необходимой для прохождения стажировки.

В период стажировки руководителем от института поддерживается тесная связь с руководителем от предприятия с целью контроля и своевременной координации действий. Руководитель от института контролирует выполнение программы стажировки, содействует решению организационных вопросов.

Прибыв к месту прохождения стажировки, слушатель предъявляет направление руководителю организации или одному из его заместителей. Стажер направляется в ранее определенное подразделение и подчиняется правилам внутреннего распорядка организации. Стажер выполняет любые, связанные с производством задания, полученные от руководителя от организации.

По окончании стажировки руководитель от организации заполняет анкету с целью определения уровня подготовки слушателя к практической деятельности и определения кадровых запросов туристической отрасли.

По окончании стажировки слушатели предоставляют отчет, защищая его в установленные учебным планом сроки в присутствии комиссии из числа членов кафедры. Преподаватель проверяет соответствие отчета требованиям к содержанию (согласно выданному индивидуальному заданию) и оформлению и допускает отчет к защите (на титульном листе оформляется допуск, заверенный подписью преподавателя).

Форма текущей аттестации слушателей по стажировке – зачет.

**2. ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

**СТАЖИРОВКи**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  разделов | Наименование разделов | Количество часов |
| 1 | организационно-управленческая структура туристической организации | 6 |
| 2 | Функции, принципы и методы управления туристической организацией (структурным подразделением) | 6 |
| 3 | Корпоративная культура, имидж и фирменный стиль туристической организации | 6 |
| 4 | Особенности кадрового менеджмента в туристической организации | 12 |
| 5 | Технологии планирования и формирования туристических услуг в деятельности туристической организации | 32 |
| 6 | Технологии продвижения и реализации туристических услуг в деятельности туристической организации | 32 |
| 7 | Управление качеством услуг туристической организации | 14 |
| **ВСЕГО:** | | **108** |

**3. СОДЕРЖАНИЕ СТАЖИРОВКИ**

1. **организационно-управленческая структура**

**туристической организации**

Тип организационной структуры предприятия и ее особенности. организационно-управленческая структура туристической организации: уровни, связи, звенья. Отделы, их функции. Количественный и качественный состав сотрудников. Должностные обязанности сотрудников. Особенности разделения труда на предприятии.

1. **Функции, принципы и методы управления**

**туристической организацией (структурным подразделением)**

Социально-личностные и профессиональные компетенции менеджера. Особенности планирования деятельности предприятия (структурного подразделения). Организация как функция управления. Координация деятельности предприятия. Общие и частные принципы управления. Стиль и методы управления. Организация и проведение деловых совещаний и переговоров. Управленческие решения.

1. **Корпоративная культура, имидж и фирменный стиль**

**туристической организации**

Корпоративная культура туристического предприятия. Внутренние и внешние коммуникации. Корпоративные стандарты обслуживания. Фирменный стиль. Бренд и имидж туристической организации как элементы организационной культуры.

1. **Особенности кадрового менеджмента в туристической организации**

Практика подбора персонала в туристические организации. Требования к работникам. Профессиональные и социально-личностные компетенции. Система и формы оплаты труда, методы мотивации персонала. Адаптация, движение и профессиональное развитие сотрудников. Социальные гарантии работников. Основные положения коллективного договора.

1. **Технологии планирования и формирования туристических услуг в деятельности туристической организации**

Анализ участников рынка туристических услуг. Типы потребителей туристических услуг. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристических услуг. Мотивы поведения потребителей. Построение коммуникационной модели общения с разными типами потребителей туристических услуг.

Организация взаимодействия с деловыми партнерами. Особенности переговорного процесса. Презентативная технология формирования туристической продукта (услуги) и ее особенности. Репрезентативная технология формирования туристической продукта (услуги) и ее особенности. Жизненный цикл туристического продукта. Методы ценообразования, формирование ценовой политики туристической организации.

1. **Технологии продвижения и реализации туристических услуг**

**в деятельности туристической организации**

Маркетинговые технологии продвижения и реализации продукта (услуги). Реклама, связи с общественностью, пропаганда, участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Развитие услугопроводящей сети, мотивация агентств. Технологические особенности офисных продаж, алгоритм обслуживания клиентов. Особенности работы с корпоративными клиентами. Система скидок.

Продвижение туристических услуг с помощью электронных ресурсов в сети Интернет. Брендинг и реклама в социальных сетях. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет.

1. **Управление качеством услуг на предприятии.**

Работа с жалобами клиентов. Послепродажный сервис. Методы мониторинга степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания. Методы измерения степени потребительской удовлетворенности. Сертификация и стандартизация услуг туристских услуг. Основные направления повышения конкурентоспособности туристского продукта (услуги) туристической организации.

**3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

1. **Оформление результатов стажировки и подведение итогов**

По завершении стажировки слушатель обязан в течение недели с начала следующей за стажировкой сессии, предоставить на кафедру непрерывного образования следующие документы:

а) индивидуальный план стажировки и направление на стажировку, подписанное руководителем организации или куратором, заверенное печатью организации;

б) отчет о стажировке (7-10 машинописных страниц), к которому прилагаются ксерокопии документов, с которыми слушатель работал в процессе стажировки.

На третьем этапе обучения проводится защита отчета стажировки. Итоги стажировки обсуждаются на заседании кафедры непрерывного образования в туризме.

1. **Примерная структура отчета о стажировке**

1. Введение (цель, задачи стажировки, сроки и место прохождения стажировки)

2. Теоретические и практические аспекты управления и организации деятельности туристической организации (согласно Индивидуальному плану стажировки).

3. Заключение (выводы и рекомендации по улучшению работы туристической организации, оценка эффективности пройденной стажировки, пожелания по улучшению организации стажировки).

4. Список использованных источников (при необходимости).

5. Приложения (при необходимости).

1. **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

*ОСНОВНАЯ*

1. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы: учебное пособие / В.В. Богалдин-Малых. – М: МПСИ , 2009. – 560 с.
2. Енджейчик, И. Современный туристский бизнес: научное издание / И.Енджнйчик. – М: Финансы и статистика, 2013. – 319 с.
3. Зайцева, Н.А., Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н.А.Зайцева. – М: ФОРУМ, 2012. – 368с.
4. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма / В.А. Квартальнов. – М: Финансы и статистика, 2013. – 672 с.
5. Кобринский, М.Е. Стратегический менеджмент в туризме: пособие / М.Е.Кобринский, Л.В.Сакун, Л.Г.Тригубович. – Минск: БГУФК, 2009
6. Косяченко, Г.П. Организация деятельности туристических предприятий: учеб.-метод. пособие / Г.П. Косяченко, Л.В. Сакун; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2017.
7. Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М: Академия, 2012. – 240 с.
8. Ополченов, И.И. Управление качеством в сфере услуг: учебник / И.И.Ополченов. – М: Советский спорт, 2008 – 246 с.
9. Разуванов, В.М. Менеджмент качества в туризме и гостеприимстве: учебно-практ. Пособие / В.М.Разуванов. – Минск: БГЭУ, 2011
10. Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник / А.Д. Чудновский, М.А.Жукова. – М: Кнорус, 2014. – 320 с.

*ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ*

1. Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: учебник / Е. И.Богданов, О.Н.Кострюкова, В.П.Орловская. – СПб: Бизнес–пресса, 2014. – 320 с.
2. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – М: Гардарика, 2009. – 292 с.
3. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой / Н.К.Моисеева, М.В.Конышева. – М: Финансы и статистика, 2005
4. Сенин, В.С. Организация международного туризма: учебник / В.С. Сенин. – М: Финансы и статистика, 2014. – 404 с.
5. Сухов, Р.И. Организация работы туристического агентства: учебное пособие / Р.И. Сухов. – М-РнД: МарТ, 2005. – 298 с.
6. Шевелева, О.В. Организация ведения переговоров: учебное пособие / О.В.Шевелева. – М: Советский спорт, 2007
7. Шейнов, В.П. Практические приемы менеджмента: учеб. пособие / В.П. Шейнов. – Минск: Амалфея, 2013. – 160 с.