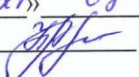


государственное бюджетное общеобразовательное учреждение Самарской области основная общеобразовательная школа с.Сидоровка муниципального района Сергиевский Самарской области
(ГБОУ ООШ с.Сидоровка)

Рассмотрена и
рекомендована
к утверждению методическим
объединением учителей
Протокол № 1
от «27» 08 20 20 года
 /Баканова Н.В./

Проверено:
ответственный за учебную
работу /Власов А.О./
от «27» 08 20 20 года



Рабочая программа
курса предпрофильной подготовки
обучающихся 9 класса
«Туристический бизнес»
на уровень основного общего образования
срок реализации 9 часов

Составитель: Воропаева Ольга Геннадьевна

Приложение к ООП ООО

с. Сидоровка

I . Ожидаемые результаты внеурочной деятельности

Обучающиеся должны знать:

- Через развитие туристического бизнеса как строятся взаимоотношения людей во всем мире.
- Как увидеть карьерные возможности, существующие в этой громадной мировой индустрии.
- О некоторых профессиональных возможностях, существующих в этой перспективной сфере.
- Знакомятся обычаями и традициями, достопримечательностями разных народов.

Должны уметь:

- самостоятельно получать информацию из источников и анализировать её
- проводить социологический опрос и представлять его результаты в виде таблиц, диаграмм.
- рассматривать жизненные повседневные ситуации в туристическом бизнесе
- деловому общению.

II. Содержание учебного курса

Глава I. Структура путешествий и туризма (6 часов).

Тема 1. Индустрия отдыха и туризма (1 час).

Основные понятия «туризм», «путешествие», Туристические агентства. Туристический оператор. Форма работы - лекция.

Тема 2. Категории путешественников и туристов (1 час).

Путешествия с целью удовольствия и отдыха. Деловые поездки. Виды путешествий.

Форма работы - практическое занятие.

Тема 3. Туристическое агентство (1 час).

Получение информации. Выбор направления. Бронирование. Пользование транспортными услугами. Питание. Развлечения. Форма работы – дискуссия

. Тема 4. Классификация гостиниц (1 час).

Международные гостиничные сети. Виды обслуживания. Система «звезд». Форма работы - беседа.

Тема 5. Организация путешествия (1 час).

Виды деятельности. Типы компаний. Расположение и ландшафт. Климат и туристические сезоны. Средства связи. Экстренные случаи, медицинское

обслуживание.

Форма работы - практическое занятие.

Тема 6. Реклама туристского продукта(1 час).

Форма работы - практическое занятие.

Глава II. Потребители туристических услуг (3 часа).

Тема 1. «Гость - это бог» (1 час).

Нужды и предпочтения потребителей. Оказание потребительских услуг.

Компетентность и отзывчивость. Форма работы - диспут.

Тема 2. Желания потребителей (1 час).

Первоклассное обслуживание. Желания клиентов. Форма работы - социальный опрос.

Тема 3. Отзывы потребителей (1 час).

Качественный уровень обслуживания. Карточки отзывов и критерии оценки. Форма работы - анкетирование.

Разнообразие народов мира. Создание образа страны, используя слоганы («рекламная фраза»). Форма работы - поисковая работа.

III. Тематическое планирование.

Модуль	Раздел	Количество часов
Туристический бизнес	Глава I. Структура путешествий и туризма. (6 часов)	
	Индустрия отдыха и туризма	1 ч.
	Категории путешественников и туристов.	1 ч.
	Туристическое агентство.	1 ч.
	Классификация гостиниц.	1 ч.
	Организация путешествия.	1 ч.
	Реклама туристского продукта	1 ч.
	Глава II. Потребители туристических услуг. (3 часа)	
	Гостиничный бизнес.	1 ч.
	Желания потребителей.	1 ч.
	Отзывы потребителей.	1 ч.

Методические материалы к теме: «Категории путешественников»

Цели: - актуализировать знания о туризме и путешествии;

- дать представление о туристическом бизнесе;
- уметь определять цели путешественников.

Упражнение «Угадай, кто это?»

Определите, к какой категории - путешественников относятся следующие люди:

- Гражданин Германии, принимающий участие в пятидневной конференции в Рио-де-Жанейро.
- Семья из Москвы, в выходные дни посещающая друзей в Санкт-Петербурге.
- Канадский студент, поступающий в Мадридский университет.
- Группа школьников, совершающих однодневную экскурсию в бухту Кейптауна в Южной Африке.
- Ирландская девушка, собирающаяся посетить свою сестру, проживающая в Будапеште.
- Журналист, получивший 12-месячную аккредитацию в Москве.
- Семейная пара, проводящая выходные на спа-курорте. - Ответственный за покупки сотрудник Нью-йоркского магазина, приехавший в Париж на показ весенних коллекций.
- Мальчик, в свободное время удающий рыбку в расположенном неподалеку от его дома пруду.

Форма контроля: синквейн «Туризм».

Карточки для упражнения «Турпоход»

Ситуация 1. Кто-то должен спать в палатке около двери, которая плохо закрывается. К утру вещи этого человека обычно намокают. Он или она жалуются, что их вещи будут испорчены. Что вы предпримете? Ситуация 2. На собрании вы договорились о правилах поведения в лагере. Но один из вас не соблюдает их. Как вы можете добиться соблюдения правил? Ситуация 3. Кто-то оставил кипящий чайник на костре и ушел плавать. Чайник упал в костер, и от искр загорелся край вашей палатки. Вы понимаете, что этот инцидент поставил вопрос о вашей безопасности. Могут возникнуть и другие проблемы. Что вы предпримете?

Методические материалы к теме: «Потребители туристических услуг».

Цели: - научить учащихся анализу информации о типах потребителей, их нуждах и желаниях;

- воспитывать межличностные отношения в индустрии туризма.

Анкета.

- Удовлетворены ли Вы условиями проживания, (да, нет.)
- Посоветуете ли Вы своим друзьям остановиться в нашем отеле? (да, нет.)
- Отнеслись ли к вам с вниманием и уважением?
- Удовлетворены ли Вы качеством блюд?
- Достаточно ли полной Вы считаете программу экскурсии?

Проведение исследования на основе опроса.

Цель:

- узнать о мыслях, чувствах убеждениях людей;
- сбор сведений для успешной организации туристического бизнеса.

Опрос

- Из какой вы страны, города?
- Сколько вам лет?
- Путешествуете ли вы в одиночестве, с семьёй или друзьями?
- Какова цель Вашего визита?
- Что привлекло Вас сюда?
- Что Вам хотелось бы купить?
- Где Вы питаетесь?
- Что могло бы сделать Вам визит приятным и запоминающимся?
- Посоветуете ли Вы посетить данное место вашим друзьям и знакомым?

Методические материалы к теме: «Туристическая культура»

Цели:

- выявить роль мирового культурного наследия;
- познакомить учащихся с основными правилами делового этикета;
- дать представление о способах налаживания контактов в ходе делового разговора.

Ролевая игра «Советы деловым людям»:

Учащиеся разбиваются на группы и знакомят друг друга правилами общения в разных культурных сообществах:

- способы вступления в контакт и ведения беседы (как и кто должен начать разговор, сколько времени он может продолжаться, как его закончить и т.д.);

- когда и как следует говорить и когда и как слушать;
- в каких случаях уместно и неуместно перебивать -собеседника;
- в какой форме следует комментировать слова и поступки;
- какой тон и стиль беседы считается приемлемым;
- какие темы считаются допустимыми и недопустимыми;
- что считается приличным и неприличным, приемлемым и неприемлемым, смешным, оскорбительным и т.д.;
- уместностью юмора;
- разговорные табу.

Составление памятки «Как стать хорошим сотрудником».

1. Будьте пунктуальны.
 2. Начинайте рабочий день с улыбки. Забудьте про свои проблемы.
 3. Умейте грамотно организовать свой рабочий день.
 4. Будьте уважительны к окружающим. Любите людей!
 5. Сохраняйте спокойствие во всех ситуациях. Бойтесь вспышек гнева.
 6. Если не удаётся избежать конфликтов, то умейте «гасить» их.
 7. Избегайте сплетен, интриг в коллективе.
 8. Умейте признавать свои ошибки. Вовремя исправляйте их.
 9. Культивируйте уверенность в себе.
 10. Учитесь искусству общения. Излагайте свои мысли чётко и ясно.
 11. Высказывайте своё мнение, но никогда не навязывайте его.
- Вырабатывайте свой стиль.
12. Не забывайте про чувство юмора. Помните, что юмор может стать «спасательным кругом» в разных жизненных ситуациях.

Дискуссия. Тема: Дейл Карнеги об основных правилах общения с людьми.

- Не обвинять человека в чём-либо. Вместо обвинений попытайтесь человека понять. Б. Франклин писал: «Секрет моего успеха заключается в том, что я ни о ком не говорю плохо, я стараюсь обо всех говорить только хорошее».
- Искренне цените и хвалите достоинства людей. А достоинства есть даже у самого маленького человека.
- Уважайте в людях желание выдвинуться.
- Дайте человеку возможность удовлетворить своё тщеславие в меру. Благодаря вам он почувствует себя значительным, нужным, интересным, уважаемым. Он будет всегда благодарен вам и сделает для вас очень многое.
- Не загоняйте телёнка в сарай, пиная его ногами. Лучше положите ему палец в рот, он будет его сосать и охотно пойдет за вами. Желая убедить человека что-то сделать, постарайтесь прежде возбудить в нём желание делать это. Тот, кому это удаётся, пользуется всеми благами мира. Дейл Карнеги: шесть способов в расположит к себе людей.

- Люди не интересуются вами. Их интересуют прежде всего они сами. Римский поэт Сирус говорил: «Мы интересуемся людьми, когда они интересуются нами». Знаменитый президент США Ф. Рузвельт постоянно

интересовался делами даже самых маленьких людей из своего окружения. Если вы хотите получить добровольную помощь от человека, то старайтесь помочь ему в решении его проблем, или хотя бы поговорить о них, показав свой интерес к ним.

- Улыбайтесь. Людям приятно встречать улыбающихся людей, о них редко думают плохо.

- Человек будет очень расположен к вам, если вы помните, как его зовут. Наполеон, несмотря на занятость, всегда запоминал фамилию и имя человека.

- Исключительное внимание к говорящему - вот секрет успеха деловой беседы. Ничто так не льстит собеседнику, как внимание. Поощряйте других рассказывать о себе.

- Ведите разговор о том, что интересует вашего собеседника.

- Уважайте достоинства других людей. Ларошфуко писал: «Если вы хотите иметь врагов, старайтесь показать им, что вы превзошли их. Но если вы хотите иметь друзей - дайте им возможность превзойти вас».

Д. Карнеги «Двенадцать способов склонить к своей точке зрения».

1. Единственный способ добиться наилучшего результата в споре - это уклониться от него.
2. Проявляйте уважение к мнению других, никогда не говорите человеку, что он не прав. Если вы неправы, признайте это сразу и чистосердечно.
3. Вначале покажите своё дружеское отношение. Пусть ваш собеседник с самого начала будет отвечать вам «да».
4. Старайтесь, чтобы ваш собеседник говорил больше, чем вы.
5. Пусть ваш собеседник почувствует, что идея принадлежит ему.
6. Честно попытайтесь стать на точку зрения другого.
7. Проявляйте сочувствие к чувствам и желаниям других людей.
8. Взывайте к благородным побуждениям!
9. Придавайте своим идеям наглядность, инсценируйте их.
10. Бросайте вызов!

Основные термины и понятия.

Бизнес -тур - тип путешествие для деловых людей, как правило, требующий особого сервиса: комната для переговоров, услуги секретарей и переводчиков и т.д.

Виза - официальная отметка (штамп консульства и т. п.) в загранпаспорте, дающая право въезда в страну с обязательным условием отметки о выезде. Виза может быть однократной и многократной. По видам назначения

различают служебные, гостевые с правом работы, иммиграционные, туристские.

Имидж - целенаправленно сформированный образ, выделяющий определённые ценностные характеристики и призванный оказывать эмоционально - психологическое воздействие на потребителей в целях рекламы.

Карточки отзывов - анкеты, разработанные с целью выяснения степени удовлетворенности клиента и получения комментариев, пожеланий и замечаний.

Маршрут - план туристского путешествия, основанный на содержании программы путешествия, его протяженности и продолжительности с детализацией перечня услуг, пунктов пребывания, условий размещения и питания в каждом пункте обслуживания, кратком описании района путешествия (достопримечательностей, природно - климатических особенностей), программы обслуживания в каждом пункте путешествия в соответствии с технологической картой достопримечательностей.

Международный туризм - это туризм в другую страну с туристскими целями без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

Рекламная компания- реализация комплекса спланированных мероприятий (показы, выставки) освещаемых различными средствами массовой информации (газеты, журналы, телевидение), рассчитанных на определённый период времени, район действия, рынок или круг лиц, с целью пробуждения в потенциальном потребителе интереса к конкретному направлению, продукции или услуги.

Слоган - постоянно воспроизводимая рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение используемая для его внедрения в сознание потребителя в рамках рекламной кампании.

Транзит - право пассажиров из одной страны в другую через промежуточную станцию.

Трансфер - встреча или проводы, а аэропорту (на вокзале). **Тур** - комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов - переводчиков и другие услуги в зависимости от цели путешествия.

Турагент - это организация - посредник, занимающаяся продажей сформированных туроператором туров. Турагент приобретает туры у туроператора и реализует туристский продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив - туры) или в виде свободного набора услуг (заказные туры), добавляет к приобретаемому туру услуг - проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения и от последнего на маршруте пункта размещения обратно.

Туризм - согласно определению, данному в Федеральном законе « Об основах туристской деятельности в Российской Федерации » от 26 ноября 1996г., при подготовке которого были проанализированы опыт

законодательного регулирования 62 стран, рекомендации ВТО, материалы международных конференций по туризму, - это временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально - деловых, спортивных религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране, (месте) временного пребывания. По способу передвижения туристов различают: пешеходный, авиационный, морской, речной, автотуризм, железнодорожный, велосипедный, смешанный. По интенсивности туристских потоков выделяют постоянный и сезонный. По продолжительности - кратковременный и продолжительный. По характеру организации - индивидуальный, групповой, организованный и самостоятельный.

Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально - деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24ч. до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной

ночёвки. Кроме того, в статистических целях выделяют категорию однодневных посетителей, которая, в свою очередь, подразделяется на экскурсантов - временных посетителей местности, населённого пункта или страны, находящихся в данной местности в целях туризма менее 24 часов, людей, пересекающих границу с рабочим целям, пассажиров круизов и транзитных пассажиров, которые не останавливаются на ночь в гостиницах.

Туроператор - это организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов. Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставления услуг, подготавливает рекламно - информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передаёт туры турагентам для их последующей реализации туристам.

Тест «Деловой этикет»

1. Главный показатель успеха в бизнесе - это...?
 - а) консерватизм;
 - б) достижение реальных результатов;
 - в) сиюминутная выгода.
2. Успех или неудача любого бизнеса, любой организации зависит от...
 - а) людей, работающих в них;
 - б) спонсоров;
 - в) директора этой организации.
3. При подборе секретаря, безусловно, важно...
 - а) ухоженное лицо;
 - б) курящий или некурящий, уважительное отношение к старшим;
 - в) умение держать себя и общаться с людьми, вести делопроизводство.
4. Основа успешной работы, успешного творческого содружества - это...
 - а) равноправие;
 - б) коллективизм;
 - в) требовательность
5. Должна ли одежда персонала соответствовать сфере деятельности фирмы?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) это зависит от начальника фирмы;
6. Кто поднимается со стула, чтобы поприветствовать клиента или посетителя, вне зависимости от его пола?
 - а) только мужчина;
 - б) только женщина;
 - в) и мужчина, и женщина;
7. Кому принадлежит высказывание: «У нас лишь четыре метода контактов с людьми. О нас судят на основании того, что мы делаем, как мы выглядим, что говорим и как мы это говорим»?
 - а) философов Фалес;
 - б) Дейла Карнеги;
 - в) английский писатель Генри Пичем.

8. Слово « резюме» при его составлении...
- а) пишется;
 - б) не пишется;
 - в) на своё усмотрение.
9. Что необходимо для того, чтобы стать хорошим специалистом?
- а) трудолюбие, компетентность, добросовестность;
 - б) знание иностранного языка;
 - в) умение общаться с сотрудниками.
10. Что такое этика служебных отношений?
- а) «это зеркало, в котором каждый показывает свой лик»;
 - б) этим термином обозначается в словах действие или бездействие, способное привести к конфликтам;
 - в) правила и нормы, которых следует придерживаться, встречаясь ежедневно с коллегами на работе и проводя вместе немало времени.
11. Какой длины юбка допустима у деловой женщины?
- а) только длинная;
 - б) на свой вкус: и длинная, и короткая; _в) не выше 10 см от колен.
12. Если во время собеседования, деловой встречи вам предложили чай, кофе...
- а) лучше отказаться;
 - б) лучше согласиться;
 - в) на своё усмотрение;
13. Можно ли заканчивать деловое выступление словами « Вот и всё, что мне хотелось бы вам сказать по данному вопросу», « Разрешите закончить своё выступление»?
- а) да;
 - б)нет;
 - в) на своё усмотрение.
14. Обязательно ли участвовать в сборе денег на подарки в коллективе?
- а) да;
 - б)нет;
 - в) только на свое усмотрение.
15. Кому принадлежат слова: «Все правила поведения давным-давно известны, остановка за малым - за умением ими пользоваться»?
- а) Д.Карнеги;
 - б) Б.Паскаль;
 - в) Д.Рокфеллер.
16. Первым руку по деловому этикету подает...
- а) начальник - подчиненному;
 - б) подчиненный - начальнику;
 - в) тот, кто старше.
- 17 Первым по деловому этикету здоровается...
- а) начальник с подчиненным;

б) подчиненный с начальником;

в) тот, кто моложе.

18. Допустимы ли дорогие подарки начальнику?

а) нет;

б) да;

в) на ваше усмотрение.

19. У вас день рождения. Вы устраиваете на работе корпоративную вечеринку. Как по правилам делового этикета необходимо отметить день рождения?

а) если праздновать, то не скупиться;

б) без особого размаха: бутерброды, чай, конфеты, торт;

в) как позволяют средства.

20. Обязан ли мужчина на работе подавать женщине-коллеге верхнюю одежду?

а) да, ведь он мужчина;

б) нет, это отвлекает от работы;