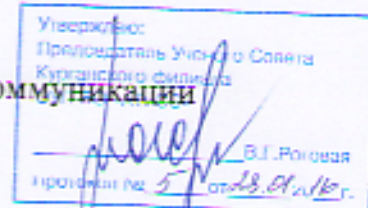


Образовательное учреждение профсоюзов
 высшего образования
 «Академия труда и социальных отношений»
 Курганский филиал

Кафедра социально-культурный сервис и коммуникации



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация турагентской и
 туроператорской деятельности

Направление подготовки : 43.03.02 Туризм

Форма обучения: заочная

Цикл дисциплин: Б1.В.ОД.19

Трудоёмкость дисциплины (з.е./ ч.) 4 / 144

Вид учебной работы	Часы	Курс			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	16				16
Лекции	6				6
Лабораторные работы					
Практические занятия:	10				10
Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)					
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине	30%				5
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	119				119
Курсовая работа: (КР)					
Курсовой проект: (КП)					
Контрольная работа					
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	Экзамен				Экзамен
	9				9
Общая трудоёмкость дисциплины	144/4				144/4

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 2015 / 2016 учебный год со следующими изменениями:

Программа переработана в связи
с приложением от 6 во 43.03.02. Туризм.

Протокол заседания кафедры № 6 от « 4 » февраля 2016г.
Заведующий кафедрой:

Самильченко И.А. / ИДБ /

Рабочая программа утверждена на 2016 / 2017 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена
на 2016 - 2017 учебный год в связи
с приложением текста рекомендацией
интернет-ур.

Протокол заседания кафедры № 1 от « 02 » июля 2016г.
Заведующий кафедрой:

Жукова К.В. / Жуков /

Рабочая программа утверждена на 20__ / 20__ учебный год со следующими изменениями:

Протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » _____ 20__ г.
Заведующий кафедрой

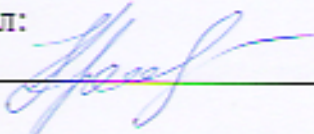
_____ / _____ /

Рабочая программа составлена:

Рабочая программа составлена:

- с учётом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Туризм»;
- на основании учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Рабочую программу разработал:


 / Красова Н.В. /

Программа утверждена на заседании кафедры

Семанто-культурного сервиса и коммуникаций

Протокол № 6 « 4 » сентября 2016г.

Заведующий кафедрой

Данильченко И.А. /  /

1 Место дисциплины в структуре ООП ВО: Б1.В.ОД.19 _____

В соответствии с Федеральным образовательным стандартом РФ дисциплина «Организация турагентской и туроператорской деятельности» (Б1.В.ОД.19) относится к предметам «обязательных дисциплин» вариативной части ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм» и базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении дисциплин профессиональной и экономической направленности. Курс «Организация туроператорской и турагентской деятельности» посвящен теоретическим и практическим вопросам организации международного и российского туристского бизнеса. В нем раскрываются основы туроператорской деятельности и продвижения туристского продукта, технологии создания туристского предприятия и работы с клиентами в практике туристских агентств.

2 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель курса – предоставить сведения об организации и управлении туризмом наиболее комплексно, в максимально структурированном виде, что в значительной степени позволит облегчить процесс его изучения и применения полученных знаний на практике.

Задачи курса:

- дать понятие туроперейтинга, его основных элементов;
- характеристика структуры туристского рынка;
- предоставление необходимых теоретических сведений и практических рекомендаций по процедурам и этапам созданию турфирмы и реализации турпродукта;
- обучение правилам подбора поставщиков услуг и партнеров по сбыту;
- предоставить справочную информацию о туристских формальностях и дать представление о ее практическом использовании;

- выработать навыки работы с документами клиента и другой договорной документацией на основе существующей правовой базы..

3 Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения курса «Организация туроператорской и турагентской деятельности» студенты должны знать виды деятельности туроператора, основы создания и продвижения турпродукта, технологии работы с клиентами до и после заключения договора, во время и после окончания путешествия. В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать:

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта (ОПК-1);

способностью к разработке туристского продукта (ОПК-2);

владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);

способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);

способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7);

готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9);

способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-12);

способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

4 Образовательные результаты освоения дисциплины, соответствующие определенным компетенциям

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) знать:

индекс компетенции	Образовательный результат
ОПК, ПК)	
ПК-1	теоретические основы проектирования, принципы применения основных методов проектирования в туризме
ПК-2	базовые знания математики и информатики
ОПК-1	алгоритм поиска и использования различных источников информации по проекту туристского продукта
ОПК-2	знать современные технологии
ПК-12	знать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии
ПК-13	принципы эффективного общения с потребителями туристского продукта
ПК-7	методы мониторинга рынка туристских услуг
ПК-9	принципы применения инновационных технологий в туристской деятельности

2) уметь:

индекс компетенции	Образовательный результат
ОПК, ПК)	
ПК-1	осуществлять проектирование в туризме
ПК-2	уметь обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные,

	необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме
ОПК-1	самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта
ОПК-2	разрабатывать туристский продукт на основе современных технологий
ПК-12	использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии
ПК-13	эффективно общаться с потребителями туристского продукта
ПК-7	использовать методы мониторинга рынка туристских услуг
ПК-9	применять инновационные технологии в туристской деятельности

3) владеть:

индекс компетенции	Образовательный результат
ОПК, ПК)	
ПК-1	теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме
ПК-2	способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме
ОПК-1	способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта
ОПК-2	готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий
ПК-12	способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии
ПК-13	способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта
ПК-7	способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг
ПК-9	готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности

5 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них профессиональных и общепрофессиональных компетенций

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов	Компетенции								Общее кол-во компетенций
			Профессиональные(ПК) Общепрофессиональных(ОПК)								
P1	Введение в туроператорскую деятельность	11	ПК-1	ПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-12	ПК-13	ПК-7	ПК-9	0,3
P2	Основы туроператорской деятельности	38	ПК-1	ПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-12	ПК-13	ПК-7	ПК-9	1
P3	Продвижение турпродукта	26	ПК-1	ПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-12	ПК-13	ПК-7	ПК-9	0,7
P4	Этапы создания туристской фирмы	35	ПК-1	ПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-12	ПК-13	ПК-7	ПК-9	1
P5	Работа с клиентом	34	ПК-1	ПК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-12	ПК-13	ПК-7	ПК-9	1
	Итого	144									4

6 Тематическое планирование

6.1 Распределение учебных занятий по разделам

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов по видам учебных занятий		
		лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
	1	2	3	4
P1	Раздел 1. Введение в туроператорскую деятельность			
T1	Индустрия туризма			4
T2	Туристская деятельность. Организаторы путешествий	2		4
P2	Раздел 2. Основы туроператорской деятельности			
T1	Понятия и виды деятельности туроператора	2		4
T2	Создание привлекательного турпродукта			4

T3	Классы обслуживания			4
T4	Пакет услуг. Проектирование тура			4
T5	Программа обслуживания			4
T6	Поставщики услуг. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг			4
T7	Туристская документация		2	4
T8	Визовая поддержка			4
Р3	Раздел 3. Продвижение турпродукта			
T1	Формирование сбытовой сети			4
T2	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение			4
T3	Методы и нормативная база рекламы туристского продукта. Тематические решения по рекламе			4
T4	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта			4
T5	Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта			4
T6	Работа на выставках и презентациях			4
	Раздел 4. Этапы создания туристской фирмы			
T1	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы	2	2	5
T2	Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы туристской деятельности		2	5
T3	Наружное и внутреннее оформление фирмы			5
T4	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса			5
T5	Бизнес-планирование в туризме		2	5
	Раздел 5. Работа с клиентом			
T1	Технология продаж			5
T2	Условия, препятствующие совершению путешествия. Порядок предоставления информации о маршруте			5

T3	Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов			5
T4	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)			5
T5	Работа с претензиями		2	5
T6	Работа турлидера на маршруте			5
	Всего по разделам:	6	10	119
	Подготовка к экзамену			9
	Итого:		144	

6.2 Содержание лекционных и практических занятий

Тема 1. Индустрия туризма. Туристская деятельность. Организаторы путешествий.

Вклад туризма в мировую экономику, технические и социальные достижения. Факторы, влияющие на развитие туризма в России и за рубежом. «Видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт» в туризме. Современные тенденции развития туризма XXI веке.

Раздел 2. Основы туроперейтинга

Тема 1. Понятия и виды деятельности туроператора.

Основные различия между туроператором и турагентом: по системе доходов, по принадлежности турпродукта. Дифференциация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры. Функции туроператора.

Тема 2. Создание привлекательного турпродукта.

Организация групповых и индивидуальных туров. Основные потребительские свойства турпродукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность. Гостеприимство как основной принцип технологии обслуживания туристов. Принцип освобождения туриста и оптимальность обслуживания.

Тема 4. Пакет услуг. Проектирование тура.

Основные и дополнительные услуги, понятие пакет услуг. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Пэкидж (инклюзив) туры: достоинства и недостатки. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров. Цена турпакета. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов. Обязательные и рекомендуемые требования к туруслуге. Проектирование контроля качества и методы контроля.

Тема 5. Программа обслуживания.

Профессиональные подходы к созданию программы тура. Уровень обслуживания, оптимальность обслуживания, технологии организации и проведения тура. Территориальная разработка и тематическая направленность программы.

Тема 6. Поставщики услуг. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.

Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным предприятием (договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании); с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией. Аренда самолета – чартер. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом. Особенности страхования в туризме.

Тема 7. Туристская документация.

Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности (путевка ТУР-1). Туристский ваучер и памятка туристу. Договор с клиентом и лист бронирования. Основные нормативные требования и

содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».

Тема 8. Визовая поддержка.

Виды паспортов российских граждан. Основные документы ребенка при выезде за рубеж. Виды виз. Особенности получения российской визы. Требования к документам клиента при получении Шенгенской визы, визы США, Великобритании, Австралии и других стран. Анкета посольства: общие и специфические требования отдельных государств. Индивидуальные и групповые визы. Работа посольств в практике турфирм.

Раздел 3. Продвижение туристского продукта

Тема 1. Формирование сбытовой сети.

Стандартная последовательность маркетинговых мероприятий: 7 Р туристского продукта. Внешние и внутренние каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть. Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта.

Тема 2. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.

Основные критерии выбора партнеров по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Способы продвижения право-, дееспособности. Финансовые механизмы регулирования отношений с партнерами: авансовые платежи. Депозит и задаток: основные особенности. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи. Необходимые условия соглашения. Форс-мажорная оговорка, язык соглашения.

Тема 3. Методы и нормативная база рекламы туристского продукта.

Практические решения по рекламе.

Типичные цели рекламы в туризме: информативная, убеждающая, напоминающая. Нормативная основа рекламной деятельности; сложность

рекламы турпродукта. Выбор средств рекламы или рекламоносителей. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами.

Тема 4. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда турпродукта.

Виды нерекламных методов продвижения турпродукта. Стимулирование потребителей (туристов). Стимулирование розничных турагентств. Пропаганда туризма: установление и поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация, товарная пропаганда, лоббизм и консультирование. Требования, предъявляемые к информации. Информационные поездки.

Тема 5. Каталог туроператора – основной носитель информации для продвижения турпродукта.

Виды каталогов: генеральные и служебные. Основные требования к тексту и переводу текста. Ценовые каталоги и таблицы. Затраты на производство каталогов. Основные требования к каталогу: степень информированности, удобство пользования, достоверность информации, условия сотрудничества туроператора. Технология распространения каталогов.

Тема 6. Работа на выставках и презентациях.

Виды и категории выставок. Этапы работы на выставках: выбор выставки, подготовка к выставке, работа на стенде, подведение итогов выставки. Презентация: виды, понятие, подготовка к презентации, работа на презентациях и подведение итогов.

Раздел 4. Этапы создания туристской фирмы

Тема 1. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы.

Государственное регулирование туризма в Российской Федерации. Основные термины и понятия турист, экскурсант, туристские ресурсы, туристская индустрия, маршрут путешествия, трансфер, переводчик, аннуляция. Сертификация, стандартизация. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности», Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д.

Тема 2. Создание туристской фирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы туристского предприятия.

Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса. Структура фирмы. Материально-техническая база и безопасность фирмы. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия.

Тема 3. Наружное и внутреннее оформление фирмы.

Основные виды наружного оформления. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений. Внешний вид сотрудников. Стилизовое единство.

Тема 4. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.

Понятие сегментирования рынка. Требования к рыночному сегменту. Ограничения сегментирования. Основные принципы выделения отдельных сегментов рынка: социально-экономический, половозрастной, этнокультурный, религиозный, образовательно-интеллектуальный, психолого-эмоциональный. Специфика работы с отдельными сегментами. Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный. Факторы формирования спроса. Современные тенденции туристского спроса и предложения.

Тема 5. Бизнес-планирование в туризме.

Цель и задачи бизнес-планирования. Этапы создания и основные требования к содержанию бизнес-плана. Описание бизнеса предприятия. Перечень целей и задач, сопроводительная информация, концепция, ресурсы, управление, финансовые ожидания предприятия. Описание продукта, анализ ситуации на рынке, конкуренты, стратегия, риски, персонал. Финансовый продукт и необходимое документальное сопровождение бизнес-плана туристского предприятия.

Раздел 5. Работа с клиентом

Тема 1. Технология продаж.

Телефонный разговор как первый этап установления контакта с клиентом. Типы клиентов. Взаимодействие с клиентом. Работа с клиентом до и после подписания договора. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Виды конфликтов. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия.

Тема 2. Условия, препятствующие совершению путешествия. Порядок предоставления информации о маршруте.

Информация о туре, предоставляемая клиенту до заключения договора. Правила и требования, предъявляемые посольствами, консульствами, таможенными и пограничными службами. Особенности визового режима отдельных стран: Израиль, ОАЭ, Франция, Великобритания, США, Австралия и др. Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.

Тема 3. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов.

Перечень документов, необходимых для оформления тура. Проверка документов, прием документов. Получение визы, страхового полиса, памятки туриста, путевки, ваучера. Ответственность менеджера турагентства за достоверность и своевременность информации, правильное оформление проездных билетов и всей остальной документации туриста. Документооборот туристской фирмы. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.

Тема 4. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).

Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги. Обслуживание клиентов класса VIP. Уникальность предложения и

эксклюзивный набор услуг. Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.

Тема 5. Работа с претензиями.

Виды и типичные поводы возникновения недовольства туристов. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб туристов во время отдыха. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного операторов по решению проблем туристов. Документальное сопровождение жалоб. Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок рассмотрения жалоб.

Тема 6. Работа турлидера на маршруте.

Зарубежные представители туроператора: основные задачи и функции. Ответственность представителя фирмы за рубежом за качество обслуживания туристов. Перечень условий, при которых необходимо сопровождение группы. Основные функции менеджера, сопровождающего группу. Форма отчетности турлидера перед оператором.

6.5 Содержание самостоятельной работы студентов

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание	Трудоемкость, часы	Виды контроля СРС
С1	<i>Составление докладов, обсуждение проблемы</i>	Введение в туроператорскую деятельность	8	Выступление
		Основы туроператорской деятельности	8	Выступление
		Продвижение турпродукта	6	Выступление
		Этапы создания туристской фирмы	8	Выступление
		Работа с клиентом	8	
С2	<i>Составление глоссария</i>	Введение в туроператорскую деятельность	8	
		Основы туроператорской деятельности	8	
С3	<i>Реферирование и конспектирование дополнительной литературы</i>	Введение в туроператорскую деятельность	8	Реферирование
		Основы туроператорской деятельности	8	Реферирование
		Продвижение турпродукта	8	Реферирование
		Этапы создания туристской фирмы	8	Реферирование

		Работа с клиентом	8	Реферирование
				Реферирование
C4	Подготовка презентации по предложенным темам в формате PowerPoint		8	Выступление с презентацией
C5	Исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах	C5 Актуальные проблемы современного общества	8	Выступление на конференции
		C5 Язык и межкультурная коммуникация	7	
Итого:			119	
	Подготовка к экзаменам, зачетам		9	
Итого:			128	

Задания для самостоятельной работы

В рамках изучения дисциплины студентам предлагается большой перечень самостоятельных работ, позволяющих расширить кругозор, ознакомиться с теорией и практикой дисциплины.

На вводном занятии преподаватель объясняет студентам концепцию изучения дисциплины в течение семестра и допуска к зачету.

Основным постулатом такой концепции является постановка перед студентами задач по выполнению каждого вида предложенных работ и накопления баллов. Выполнение индивидуальных и самостоятельных работ по дисциплине увязано с аудиторной работой. Студентам предложена система балльной (рейтинговой) оценки их аудиторной и внеаудиторной активности, что обеспечивает необходимый уровень знаний по дисциплине и позволяет объективно оценивать готовность студентов к сдаче экзамена.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Оценочные средства

7.1.1 Примерный перечень творческих заданий:

- 1 Наружное и внутреннее оформление туристической фирмы: основные виды наружного оформления, оформление внутренних помещений,

оформление рабочих помещений. Внешний вид сотрудников. Стилевое единство.

- 2 Описание продукта, анализ ситуации на рынке, конкуренты, стратегия, риски, персонал.
- 3 Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги.

7.1.2 Примерный перечень тем докладов, презентаций, проектов:

- 1 Деятельность туроператора на туристском рынке.
- 2 Типы туроперейтинга.
- 3 Особенности рецептивного туроперейтинга.
- 4 Деятельность инициативного туроперейтинга.
- 5 Роль оптовых туроператоров на международном туристском рынке.
- 6 Факторы ценообразования в туризме.
- 7 Виды паспортов российских граждан.
- 8 Виды виз.
- 9 Различные формы питания.

7.2 Контрольно-оценочные средства

I. Вопросы к экзамену:

1. Перечислите основные документы туристской фирмы.
2. Нормативно–правовая база деятельности туристской фирмы.
3. Основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности».
4. ФЗ «О защите прав потребителя».
5. ФЗ «О стандартизации».
6. Этапы создания туристской фирмы.
7. Материально–техническая база турфирмы.
8. Договор об аренде помещения.

9. Безопасность фирмы.
10. Организационно–правовые формы создания туристского предприятия.
11. Единый фирменный стиль, внутреннее и внешнее оформление офиса туристской фирмы.
12. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса России.
13. Формирование штата сотрудников фирмы.
14. Порядок ликвидации туристской фирмы.
15. Выбор вида деятельности предприятия.
16. Обоснование выбора места для размещения офиса фирмы.
17. Исследование рынка туристских услуг.
18. Анализ конкуренции на туристском рынке.
19. Охарактеризуйте следующие понятия: покупательский спрос, рынок туристских услуг, конъюнктура туристского рынка.
20. Этапы жизненного цикла туристского продукта.
21. Принцип сегментирования туристского рынка.
22. Прогнозирование спроса в туризме.
23. Процесс составления бизнес–плана туристского предприятия.
24. Структура и оформление бизнес–плана.
25. Мебель и оборудование турфирмы.
26. Анализ туристских предпочтений в нашем регионе.
27. Что такое каталог туроператора и в каких целях он выпускается.
28. Какие виды каталогов вы знаете.
29. Каковы типичные недостатки каталогов.
30. Для чего туристической фирме нужно участвовать в выставках.
31. Какие российские и международные выставочные мероприятия вам известны.
32. Что такое – «оптимальность» туристской программы.
33. Работа на выставках и презентациях.
34. Цель и задачи бизнес–планирования в туризме.
35. Сегментирование туристского рынка.

- 36.Спрос и предложение в туризме.
- 37.Жизненный цикл турпродукта.
- 38.Какие виды страхования в туризме вам известны.
- 39.От чего зависит сумма страхового взноса в туризме.
- 40.От каких инфекций нужно сделать прививку при выезде из страны, «желтого пояса», Индокитая и Юго–Восточной Азии.
- 41.Назовите внутренние и внешние каналы сбыта турпродукта.
- 42.Цели, нормативная база и основные принципы рекламы турпроператора.
- 43.Основные производственные функции бюро продаж туроператора.
- 44.Охарактеризуйте понятие контрагентская сеть.
- 45.Основные факторы подбора турагентов.
- 46.Виды агентских соглашений.
- 47.Виды нерекламных методов продвижения турпродукта.
- 48.Стимулирование потребителей (туристов).
- 49.Стимулирование турагентств.
- 50.Информационные (рекламные) поездки.
- 51.Профессиональная техника общения с клиентом.
- 52.Информация об условиях, препятствующих совершению путешествия, предоставляемые клиенту до и после подписания договора.
- 53.Особенности паспортного режима и визовые ограничения ряда зарубежных стран.
- 54.Правила выезда несовершеннолетних в групповые и индивидуальные туры (зарубежные).
- 55.Порядок подписания договора с клиентом.
- 56.Основное содержание договора турфирмы с клиентом.
- 57.Работа с устными претензиями клиентов.
- 58.Необходимое документальное сопровождение письменных жалоб.
- 59.Порядок рассмотрения претензий и апелляций.
- 60.Основные функции менеджера на маршруте.

8 Образовательные технологии

Данная программа предполагает следующие формы занятий по дисциплине:

- аудиторные групповые занятия под руководством преподавателя;
- обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, в том числе с использованием мультимедийных средств;
- индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя;
- индивидуальные консультации.

Успешность решения перечисленных задач обеспечивается разнообразием используемых методов и приемов обучения, среди которых наиболее эффективными являются командные (групповые) виды работ, такие как ролевые игры, симуляционные деловые игры, творческие проекты, читательские конференции, круглые столы и дискуссии, кейс-анализ, групповые занятия в формате «мозгового штурма».

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавра реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. В рамках учебного курса по дисциплине используются следующие образовательные технологии:

- интерактивные формы проведения занятий (компьютерные симуляции, работа с мультимедийными программами в компьютерных классах и др.);
- интенсивная внеаудиторная работа (домашняя работа с мультимедийными продуктами; творческий проект с поиском в глобальных информационных сетях).
- активные формы проведения практических занятий (симуляционные и ролевые игры, ситуационная методика обучения - кейс-метод)
- проведение конкурсов презентаций с использованием PowerPoint,

- проведение круглых столов, конференций;
- встречи с представителями индустрии туризма.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 30% аудиторных занятий.

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Активные и интерактивные методы и формы обучения	Трудоемкость, часы
T1	Введение в туроператорскую деятельность	мультимедийные средства	1
T2	Основы туроператорской деятельности	Презентации, Интернет-ресурсы, круглый стол	1
T3	Продвижение турпродукта	Конференции, презентации, Интернет-ресурсы	1
T4	Этапы создания туристской фирмы	Конференция, презентации, Интернет-ресурсы	1
T5	Работа с клиентом	Конференция, презентации, Интернет	1
T7			
Итого:			5
			30%

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1 Основная литература:

1. Рындач, М.А. Основы туризма [Текст]: учеб. пособие. - М.: Дашков и К, 2012.- 204 с.
2. Кусков, А.С. Основы туризма [Текст]: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - 4-е изд., перераб. - М.: КноРус, 2013.- 400 с.
3. Дворецкий, А.Ю. Особенности работы менеджера в туристической фирме / А.Ю. Дворецкий. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 111 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>

9.2 Дополнительная литература

1. Селиванова Л.В. Организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие для студентов очной и заочной форм обучения. Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. – 300 с.
2. Селиванова Л.В. Туроператорская деятельность: учеб. пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2009. – 300 с.
3. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.
4. Амирханов М.М. Особые экономические зоны и развитие туризма. Сочи: СГУТиКД, 2006. 167 с.
5. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Практикум: учебное пособие / Л.В. Баумгартен. М.: КНОРУС, 2008. 288 с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм [Текст] : учеб. пособие / М. Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и дополн. СПб: Издательский дом Герда, 2007. 576 с.
7. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. СПб: «Издательский дом Герда», 2007. 213 с.
8. Боголюбов В. С. Экономика туризма : учеб. М: Академия, 2005. 192 с.
9. Боголюбов В. С., Орловская В.П. Экономика туризма : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 3-е изд. М: Издательский центр «Академия», 2008. 192 с.
10. Богомоллова Е. В. Провальное лето 2009 // Газета. 2009. 15 мая. № 86. С.16.
11. Большой глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. В 2 т. СПб.: Невский фонд, 2008.
12. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник / В.Г. Велединский. М.: КНОРУС, 2010. 176 с.
13. Ветинев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело: учеб. пособие. М.: Кнорус, 2007.
14. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности : учеб. пособие М.: Нолидж, 2006. 312 с.
15. Долженко Г. П. Экскурсионное дело : учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. Ростов н/Д : «Феникс»; М.: ИКЦ «Март»; Ростов н/Д : Издательский центр «Март», 2009. 272 с.
16. Долженко Г.П. Экскурсионное дело: учеб. пособие / Г.П. Долженко. Ростов н/Д: Феникс; М.: ИКЦ «МарТ», 2009. 272 с.
17. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме: учеб. пособие СПб.: Питер, 2008. 382 с.
18. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 192 с.
19. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 192 с.
20. Журнал «Турбизнес». 2009. № 3, 12.
21. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.

22. Карпова Г.А. Экономика современного туризма. М.; СПб.: «Издательский дом Герда», 2005.
23. Каурова А. Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие. СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. 320 с.
24. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: туризм как вид деятельности: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2006. 288 с.
25. Керимов В. Э., Сухов Р.А. Производственный учет в туристических организациях: учебно-практическое пособие. М.: Издательский дом «Дашков и К^о», 2005. 99 с.
26. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учеб. пособие / Е.Ю. Колбовский. М.: «Академия», 2006. 256 с.
27. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма: учеб. пособие / А.Б. Косолапов. М.: КНОРУС, 2009. 240 с.
28. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2008. 288 с.
29. Кусков А. С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2008. 400 с.
30. Лукьянов С., Тиссен Е., Кисляк Н. Рынок авиационных пассажирских перевозок России // Вопросы экономики. 2007. № 11.
31. Менеджмент туризма: Финансы и бухгалтерский учет в туризме [Текст] : учебник / О. И. Солодихина [и др.] ; под общ. ред. Л. С. Плахова. М.: Финансы и статистика, 2007. 336 с.
32. Овчаров А. О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М.: ИНФРА – М, 2009. 280 с.
33. Папирян Г. А. Международные экономические отношения : экономика туризма: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2000. 208 с.
34. Папирян Г.А. Стратегический менеджмент в глобальной гостиничной отрасли / Российский журнал менеджмента. 2007. № 2.
35. Путрик Ю. Очерк истории становления и развития системы государственного регулирования сферы туризма в Российской Федерации на рубеже веков // Известия Алтайского государственного университета. 2007. № 412. С. 121-125.
36. Ревинский И. А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия.: учеб. пособие. Новосибирск : Сиб. унив. Изд-во, 2007. 304 с.
37. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон об основах туристической деятельности Российской Федерации [принят Гос. Думой 24 ноября 1996 г.: в редакции федеральных законов от 10 января 2003 г., от 22 августа 2004 г., от 5 февраля 2007 г.]. Новосибирск: Сибирское универсальное издательство, 2008. 48 с. (Актуальный закон).
38. Селиванова Л. В. Менеджмент туризма: учеб. пособие. Екатеринбург: Издательский дом «Филантроп», 2007. 288 с.
39. Селиванова Л.В. Работа с персоналом в практике турфирм. Должностная инструкция. // Туризм в социокультурном пространстве региона: сб. науч. трудов. – Тюмень: Изд-во Тюм. гос. ун-та, 2006. – Вып. 2. С.121 – 126.

40. Селиванова Л.В. Тенденции развития туризма в России. // Тюмень: Изд-во Тюм. гос. ун-та, 2007. – Вып. 3. С.4-19.
41. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие / Л. П. Шматько [и др.] ; под общ. ред. Л. П. Шматько. 3-е изд., исправ. и доп. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 352 с.
42. Ушаков Д. С. Технология выездного туризма: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 384 с.
43. Ушаков Д.С. Экономика туристской отрасли: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. 446 с.
44. Чудновский А. Д., Жукова В.С. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 500 с.
45. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. 3-е изд. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 352 с.
46. Юрик Р. Анализ современного состояния российского рынка туристических услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 2. С. 44-49.
47. Кусков, А.С. Основы туризма [Электронный ресурс]: электр. учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - 1 электр. опт. диск (CD-ROM). - М.: КноРус, 2011

Интернет-ресурсы

1. Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса [Электронный ресурс] : на сайте представлена вся необходимая информация для работы в туристической сфере. – Электронные данные (3 файла). – [2003]. – URL : <http://www.ratanews.ru/asp/news.asp>. - Загл. с экрана.
2. Интернет сайт для турагентств и туристов [Электронный ресурс] : сайт содержит информацию о международном туристическом рынке и рассчитан на специалистов туристического бизнеса из разных стран. – [2005-2014]. – URL : <http://tourexp.com/ru/index.html> - Загл. с экрана.
3. Информационное агентство Турифо [Электронный ресурс] : база данных содержит новости и деловые ссылки на полезные источники информации в области туризма и рынка услуг в целом. – Электронные данные (3 файла). – Москва, [1999-2014]. – URL : http://www.tourinfo.ru/content/rating/rating_2008.php. - Загл. с экрана.
4. Информационный сайт Travel [Электронный ресурс] : на сайте представлена вся справочная информация о туризме и путешествиях. – Электронные данные (2 файла). – Москва [1997-2014]. – URL : <http://www.travel.ru/search/result.html>.
5. Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс] : база данных содержит статистические данные и практические сведения по внутреннему и выездному туризму. – URL : <http://www.russiatourism.ru/files>. - Загл. с экрана.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] : база данных содержит статистическую по показателям хозяйственных структур Российской Федерации. – Москва,

- [1999-2014]. – URL : <http://www.gks.ru/bgd/free/Stg/d02/88.htm>. - Загл. с экрана.
7. Петербургский международный экономический форум [Электронный ресурс] : на форуме представлена информация широкого профиля, затрагивающая все слои жизни общества. – Электрон. дан. (1 файл). – Санкт-Петербург [1991-2014]. - URL : <http://www.intefax.ru>. – Загл. с экрана.
 8. Портал для турагентств [Электронный ресурс] : на сайте представлены новости и статьи, посвященные туристическому рынку, а также имеются статистические и справочные данные. – Екатеринбург, [2003-2014]. – URL : <http://www.turprofi.ru/news/>. – Загл. с экрана.
 9. Туристический бизнес для профессионалов [Электронный ресурс] : база данных содержит свежую информацию о всех событиях, происходящих на туристическом рынке. – Электронные данные (6 файлов). – Москва, [1993-2014]. – URL : <http://www.tourbus.ru/archive>. - Загл. с экрана.
 10. Электронная туристическая библиотека [Электронный ресурс] : на страницах сайта публикуются научные статьи, методические пособия, программы учебных дисциплин направления «Туризм». – Москва [2002-2014]. – URL : http://www.tourlib.net/statti_tourism/tropina2.htm/ - Загл. с экрана.

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- 1 Компьютерные классы;
- 2 Интерактивная доска;
- 4 Мультимедийные средства