

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Роговая Валентина Георгиевна
Должность: Директор
Дата подписания: 13.04.2023 07:42:20
Уникальный программный ключ:
7a9498e16d407b0cc5a48718cc0ec59bb1d31901

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

Кафедра «Социально-культурный сервис и коммуникации»

Методические указания для подготовки к комплексному государственному экзамену

*(для студентов направления 43.03.02
«Туризм», профиль «Технология и организация туроператорских и
турагентских услуг»
очной и заочной форм обучения)*

Курган
2016

Методические указания для подготовки к комплексному государственному экзамену (для студентов направления 43.03.02 «Туризм», профиль «Технология и организация туристских услуг» очной и заочной форм обучения) / сост. доц. Е.Г.Попова, к.и.н. Ш.А.Данильченко, ОУП АТиСО, Курганский филиал, Каф. «Социально-культурный сервис и коммуникации». – Курган: КФ ОУП АТиСО, 2016. –59с.

Комплексный государственный экзамен по направлению «Туризм» включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам общепрофессиональной и специальной подготовки. Он проводится на заключительном этапе учебного процесса до разработки выпускной квалификационной работы.

Данные указания включают вопросы по основным темам дисциплин, включенным в комплексный государственный экзамен, и план содержания ответов.

Цель методических указаний – систематизировать знания по вопросам, включенным в комплексный государственный экзамен.

Сост.: Е.Г.Попова доц., к.и.н., Ш.А.Данильченко

Рецензент:

Утверждено методической комиссией
Рекомендовано к изданию Ученым советом КФ ОУП АТ и СО
(протокол № от сентября 2016г.)

Содержание

Введение	4
Раздел 1. Основы туризма	9
Раздел 2. Менеджмент в туризме	24
Раздел 3. Маркетинг в туризме	27
Раздел 4. Организация и технологии туристского обслуживания	30
Раздел 5. Туроперейтинг	32
Список рекомендуемой литературы	47

Введение

Государственный экзамен по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» является одним из видов аттестационных испытаний в составе итоговой государственной аттестации выпускников, завершающих обучение по основной образовательной программе высшего образования. Методические указания для подготовки к комплексному государственному экзамену для студентов по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», очной и заочной форм обучения утверждается КФ ОУП АТ и СО.

Он проводится с целью определения уровня и качества общей и, в первую очередь, общепрофессиональной и специальной подготовки выпускников, предусмотренной Федеральным Государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», студент должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности:

- сервисная;
- производственно-технологическая;
- организационная;
- управленческая.

Специалист по туризму, освоивший основную образовательную программу высшего образования подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», должен:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, основные проблемы, определяющие конкретную область профессиональной деятельности, видеть их взаимосвязь в целостной системе знаний;

- принимать участие в организации, планировании и совершенствовании деятельности служб туризма и сервиса, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности их деятельности;

- принимать управленческие решения в рамках компетенции и осуществлять связь с общественностью;

- иметь научное представление о здоровом образе жизни, воздействии рекреации на человека;

Выпускник должен обладать следующими компетенциями: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13. В результате освоения вышеуказанных компетенций выпускник должен:

знать:

- современные научные методы познания природы;
- основы современных дисциплин о человеке и его потребностях;
- законодательство в сфере туризма, правовые нормы, регулирующие отношения между личностью и семьей, обществом, окружающей средой;
- эстетические и правовые нормы, регулирующие отношения человека к человеку, человека к обществу и общества к человеку;
- нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой коммуникации в сфере туризма и сервиса;
- возможности современных информационных технологий;

уметь:

- учитывать эстетические и правовые нормы, регулирующие отношения человека к человеку, человека к обществу и общества к человеку в процессе разработки экологических и социокультурных проектов;
- использовать знания по созданию условий для формирования рынка туристских услуг с учетом применения прогрессивных технологий;
- анализировать свои возможности, переоценивать накопленный опыт, приобретать новые знания и использовать современные научные технологии в условиях развития науки и изменяющейся социальной политики;
- обеспечивать деятельность предприятий, организаций, учреждений, представляющих услуги по туризму и сервису;
- разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятий, организаций, учреждений, представляющих услуги в сфере туризма;

- использовать несколько иностранных языков при оказании услуг в сфере туризма;
- обеспечивать комплексное обслуживание потребителей услуг в сфере туризма;
- обеспечивать систему мер по повышению качества оказываемых услуг предприятиями (организациями, учреждениями) туризма;
- внедрять современные научные знания, передовые технологии в сфере туризма;

владеть:

- технологиями, необходимыми для решения задач, имеющих естественнонаучное содержание и возникающих при выполнении профессиональных функций;
- методами удовлетворения социальных и культурных потребностей индивида, семьи и общества;
- приемами и методами формирования системы межличностного общения;
- знаниями и навыками по разработке и внедрению инновационных технологий в сферу туризма;
- знаниями организации и обеспечения контроля качества, оказываемых услуг в сфере туризма;
- знаниями по принятию решений в экстремальных ситуациях, обеспечению безопасности жизнедеятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 43.03.02«Туризм» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- проектная;
- производственно-технологическая;
- организационно-управленческая;
- сервисная;
- научно-исследовательская.

В программу государственного экзамена включены такие разделы, как: «Основы туризма», «Менеджмент в туризме» «Маркетинг в туризме», «Организация и технологии туристского обслуживания», «Туроперейтинг».

В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» в состав итогового государственного экзамена включены дисциплины: «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Информационные технологии в туризме», «Правовое обеспечение туристской деятельности», «Организация турагентской и туроператорской деятельности», «Экскурсоведение», «Туристско-рекреационное проектирование Технология размещения и гостеприимства», «Транспортное обеспечение в туризме», «Туристское страноведение», «Документационное обеспечение туристской деятельности», «Управление риском в туристской индустрии», «Безопасность жизнедеятельности».

Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы и сдачу комплексного государственного экзамена по направлению подготовки «Туризм», позволяющего выявить и оценить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности.

Государственный комплексный экзамен проводится в сроки, предусмотренные учебным планом по направлению подготовки 43.03.02 - "Туризм" и графиком организации учебного процесса: для студентов очной и заочной форм обучения.

К итоговому квалификационному экзамену и защите выпускной квалификационной работы допускаются лица, завершившие полный курс обучения по образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Государственный комплексный экзамен принимается экзаменационной комиссией, входящей в состав Государственной аттестационной комиссии.

В период подготовки к экзамену студентам представляются необходимые консультации по дисциплинам итогового экзамена. На итоговом экзамене студенты получают экзаменационный билет. На подготовку к экзамену студенту дается 40 мин.

При проведении комплексного государственного экзамена по направлению подготовки "Туризм" в устной форме устанавливаются следующие критерии оценки знаний выпускников:

«Отлично» выставляется за ответ, который содержит грамотно изложенную теорию вопроса и умелое владение понятийным аппаратом, знанием нормативных и законодательных документов; характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами; студент точно отвечает на поставленные вопросы, что свидетельствует о полной сформированности у студента требуемых компетенций.

«Хорошо» выставляется за ответ, который содержит грамотно изложенную теорию вопроса и умелое владение понятийным аппаратом, знанием нормативных и законодательных документов по туристской деятельности; характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованной позицией студента по теме вопроса; студент отвечает на поставленные вопросы, что свидетельствует о полной сформированности у студента требуемых компетенций.

«Удовлетворительно» выставляется за ответ, который наряду со знанием материала содержит непоследовательность его изложения, неполное владение понятийным аппаратом, незнанием нормативных и законодательных документов по направлению туризм; студент проявляет неуверенность при ответе, сбивается или не отвечает на поставленные вопросы, что свидетельствует об освоении в основном требуемых компетенций.

«Неудовлетворительно» выставляется за ответ, который не соответствует теме вопроса, при ответе допускаются существенные ошибки, непоследовательность изложения, слабое владение понятийным аппаратом,

незнание нормативных и законодательных документов по направлению туризм, студент проявляет неуверенность при ответе, затрудняется или совсем не отвечает на поставленные вопросы, что свидетельствует о частичной сформированности у студента требуемых компетенций.

Лицам, завершившим освоение основной образовательной программы и не подтвердившим соответствие подготовки требованиям государственного образовательного стандарта высшего образования при прохождении одного или нескольких итоговых аттестационных испытаний, назначаются повторные итоговые аттестационные испытания в порядке, определяемом высшим учебным заведением. Повторные итоговые аттестационные испытания не могут назначаться высшим учебным заведением более двух раз.

Рекомендуемая литература содержится в программах соответствующих учебных дисциплин и известна студентам при изучении дисциплин в учебном процессе, подготовке к зачетам и экзаменам.

Раздел 1. Основы туризма

Тема 1. Индустрия туризма: определение и структура.

Понятия «туризм» и «туристская индустрия». Структура туристской индустрии. Туристский рынок. Основные элементы туристского рынка. Понятие «туристский продукт». Структура туристского продукта. Специфика туристского продукта. Понятия: «турист», «тур», «маршрут», «туристская путевка», «туристские ресурсы». Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма. Основные различия между турагентом и туроператором. Разделения туроператоров по видам деятельности. Классификация туроператоров по специализации. Инициативный и рецептивный туроператоры. Основные задачи турагента. Классификация турагентств по специализации.

Тема 2. Основные этапы развития туризма.

Основные понятия истории туризма: «путешествие», «путешественник», «гостеприимство», «туризм», «турист». Основные цели путешествий

древности. Путешествия в Месопотамии. Географии древних путешествий. Путешествия Древнего Востока. Древние дороги и знаменитые торговые пути. Основные цели путешествий в античной культуре. Путешествия в средневековой культуре. Паломничество как культурный феномен. Путешествия купцов. Основные путешествия эпохи великих географических открытий. Открытие Америки. Открытия русских путешественников. Путешествия и традиции гостеприимства в европейской культуре XVI-XVIII в. Развитие туризма в Европе в XIX в. Социально-экономические причины становления туризма как массового явления. Развитие туризма в XX в. Развитие международного туризма накануне XXI в. Факторы развития международного туризма. Статичные факторы и динамичные факторы. Перспективы развития туризма.

Тема 3. Основные этапы развития туризма в России.

Развитие туризма в дореволюционной России. Развитие экскурсионного дела в России. Становление системы музеев в России. Создание Ялтинского экскурсионного бюро. Создание специализированных туристских печатных изданий в России. Становление курортного туризма в России. Становление организованного туристского бизнеса в России. Первые туристские общества и их просветительная роль. Особенность развития туризма в России после Октябрьской революции. Экскурсионная работа и детский туризм в первые годы Советской власти. Государственная политика управления развитием туризма в СССР. Туристские организации в СССР. Развитие плановых туристских маршрутов в СССР. Основные достижения и проблемы советской системы туризма и гостеприимства. Основные тенденции развития туризма в России в постсоветский период.

Тема 4. Понятие "индустрия гостеприимства".

Характеристика сегментов индустрии гостеприимства: размещение, питание, транспорт, рекреация и культура. Гостиничное предприятие как основной объект размещения. Место гостиничных предприятий в индустрии

гостеприимства. История развития гостиничного бизнеса в мире и России. Гостиничная индустрия мира. Международная ассоциация ресторанов и отелей. Географическая структура мирового гостиничного комплекса. Основные показатели деятельности современной гостиничной индустрии. Роль и место гостиничного бизнеса в развитии экономики разных стран. Факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса. Современное состояние гостиничного комплекса России, тенденции и проблемы развития.

Тема 5. Основные этапы развития гостеприимства.

Первые предприятия гостеприимства в Древнем мире. Таверны античного Рима. Постоялые дворы Римской империи. Караван-сарай Древней Персии. Развитие предприятий гостеприимства в Европе в средние века. Создание системы почтовых станций в Англии. Создание первых отелей в Европе. Первые кофейни в Европе. Гостеприимство постоялых дворов в Европе XVII в. Развитие системы гостеприимства в Новом Свете в XVIII в. Развитие ресторанного бизнеса в Европе в XVIII-XIX вв. Влияние новых технологий в хранении пищи (консервация и вакуумная упаковка) на развитие ресторанного бизнеса. Пионеры индустрии гостеприимства XX в. Современные тенденции развития в индустрии гостеприимства.

Тема 6. Классификации видов туризма.

Задачи классификации видов туризма. Классификация туризма по цели путешествия. Классификация по географическому принципу. Классификация туризма по направлению туристского потока. Классификация туризма по источнику финансирования. Классификация туризма по средствам размещения туристов. Классификация туризма по количественному составу группы. Классификация туризма по организационной форме. Классификация туризма по способу передвижения на маршруте. Классификация туризма по продолжительности путешествий. Классификация туризма по времени путешествия. Классификация туризма по сезонности.

Тема 7. Технология въездного туризма

Основные функции туроператора въездного туризма. Технология организации приема и обслуживания иностранных туристов. Российский туристский продукт. Согласование турпродукта с иностранными партнерами. Сотрудничество фирм въездного туризма с предприятиями туристской индустрии в РФ: российскими гостиницами, предприятиями питания, транспортными компаниями, экскурсионными бюро, музейными и театральными учреждениями. Условия оплаты и аннуляции забронированных туров, ответственность сторон за соблюдение условий контракта въездного туризма. Организация продвижения российского турпродукта на зарубежных рынках. Методы и каналы продвижения, стимулирование продаж, прямой маркетинг.

Тема 8. Технология внутреннего туризма

Система управления внутренним туризмом в РФ. Характеристика туристских центров России. Определение и характеристика туристских ресурсов. Понятие «культурное наследие» и включение объектов культуры в туристские программы. Значение экономических ресурсов в туризме. Характеристика природных ресурсов России. Организация туристической поездки по России (составление программы, необходимая документация, расчет цены). Правила организации поездок групп туристов на железнодорожном транспорте по территории РФ. Особенности организации религиозных и паломнических поездок по России. Организация детско-юношеского туризма в России.

Тема 9. Туристское районирование.

География мирового туризма. Туристское районирование в общемировом масштабе. Шесть мировых туристских регионов. Роль мировых туристских регионов в распределении туристских потоков. Особенности и тенденции развития мировых туристских регионов. Значение геополитической обстановки

при формировании туристских потоков. Факторы роста привлекательности отдельных регионов мира для туристов. Страны мира – лидеры по приему туристов.

Тема 10. Международные и российские туристские организации в области туризма.

Классификация международных туристских организаций. Всемирная туристская организация (ВТО). Создание, основная цель и задачи работы ВТО. Руководящие органы ВТО. Декларации ВТО в области международного туризма. Неправительственные специализированные организации по международному туризму: Международная организация научных экспертов по туризму; Международная ассоциация по социальному туризму и отдыху трудящихся; Всемирная ассоциация туристских агентств. Международные организации, занимающиеся вопросами молодежного туризма: Бюро путешествий международного союза студентов; Международное бюро туризма и путешествий молодежи. Российские туристские организации. Основные цели и направления их деятельности. Российская ассамблея туристических агентств. Ассоциация туристических организаций России. Национальная туристская ассоциация. Российская гостиничная ассоциация. Российская ассоциация социального туризма.

Тема 11. История развития транспортных средств в туризме.

Роль и виды транспортных услуг в составе туристского продукта. Мотивация выбора вида перевозки. Влияние развития транспортных средств и систем перевозок на развитие общества. Совершенствование систем перевозок. Изменение образа жизни населения вследствие развития транспортных средств. Перемещение человека при помощи мускульной силы. Пешеходные перемещения. Технические средства перемещения на основе мускульной силы человека. Перевозки при помощи животных. Развитие водного, рельсового, воздушного, морского и речного транспорта. Основные этапы развития транспортных средств XX в.

Тема 12. Транспортное обслуживание в туризме. Классификации современных транспортных средств, использующихся в туризме.

Транспорт как важная часть экономики. Формирование транспортных систем. Транспортная система. Виды и средства перевозок в туризме и их характеристики. Классификация автомобильного транспорта. Виды автомобилей для целей туризма и путешествий. Дороги и автомагистрали. Использование мотоцикла в туризме. Классификация автобусов, использующихся в туризме. Классификация подвижного состава железнодорожного транспорта. Классификация вагонов, использующихся на железной дороге. Классификация других видов рельсового транспорта. Классификация морских судов, использующихся в туризме. Современные морские лайнеры, использующиеся в круизном туризме. Классификация парусных судов, использующихся в туризме. Классификация речных судов, использующихся в туризме. Классификация воздушного транспорта, использующегося в туризме. Сравнение эффективности различных видов перевозок.

Тема 13.Авиационный транспорт в туризме

Авиационный транспорт. Причины популярности авиаперевозок. Крупнейшие авиакомпании мира. Национальное, межправительственное и международное регулирование авиаперевозок. Международная организация гражданской авиации. Международная ассоциация воздушного транспорта. Особенности работы турагента и авиакомпании. Бронирование билетов. Жесткие и мягкие блоки мест. Аренда самолета.

Тема 14. Автомобильный транспорт в туризме

Автомобильный транспорт. Организация автобусных путешествий. Поездки на рейсовых, челночных автобусах, чартерные рейсы. Процесс подготовки автопутешествия. Организация путешествий на личном транспорте

туристов. Прокат автомобилей. Особенности проката, требования к туристам. Схема заказа автомобиля.

Тема 15. Железнодорожный транспорт в туризме

Железнодорожный транспорт. Национальные и международные соглашения, конвенции и договора в сфере железнодорожных перевозок. Рейсовые поезда – пригородные, местные, дальние. Внерейсовые (чартерные) поезда. Категории поездов и вагонов. Планирование железнодорожных перевозок. Особенности перевозок пассажиров и товаробагажа. Проездные документы туриста. Железнодорожные туры.

Тема 16. Водный транспорт в туризме

Водный транспорт. Классификация круизов. Туристские агентства, специализирующиеся на круизах. Комбинированные круизы. Продолжительность круизов. Виды круизов. Основные круизные регионы. Категории круизных компаний, крупные круизные операторы. Речные круизы (внутренние), морские круизы (международные) их география, продолжительность, особенности. Правовые основы речных путешествий. «Кодекс внутреннего водного транспорта РФ». Правовые основы регулирования перевозок пассажиров морским транспортом. Нормативно-правовые акты РФ. «Кодекс торгового мореплавания РФ». Международные договоры и конвенции. Афинская «Конвенция о перевозке морем пассажиров и багажа». Брюссельская конвенция 1967 года.

Тема 17. Средства размещения в туризме

Классификация предприятий размещения. Структура типичного гостиничного предприятия. Преимущества и недостатки различных типов организационных структур. Формы управления гостиницами. Управление по контракту. Управление по договору франшизы. Управление по договору аренды. Новые формы организаций гостиничного бизнеса: кондоминиумы и

таймшеры. Основные службы гостиницы и их функции. Основные требования к персоналу гостиницы. Технические средства различных предприятий размещения и их подразделений. Виды технологий обслуживания.

Тема 18. Информационная структура гостиничного предприятия.

Информационные потоки в гостиничном предприятии. Способы внедрения информационных технологий в гостиничных предприятиях. Классификация информационных систем. Программные продукты общего назначения: финансового учета и анализа; специализированные зарубежные и отечественные. Использование глобальной сети Интернет в информационном менеджменте гостиничного предприятия.

Тема 19. Система общественного питания

Классификация предприятий питания. Основные подразделения предприятий питания и их функции. Особенность обслуживания в ресторанах. Музыкально-развлекательные программы в ресторанах. Классификация мероприятий, проводимых в ресторанах. Технические средства, используемые в ресторанах и кафе. Организация некоммерческого питания на предприятиях социально-культурной сферы и туризма. Особенность использования технических средств и технологии обслуживания на самолетах, в учебных заведениях, больницах, офисах и других предприятиях. Современные технологии, используемые на предприятиях питания.

Тема 20. Техника и технологии при проведении конференций, семинаров и выставок.

Развитие конференц-туризма в мире. Типы мероприятий. Симпозиумы, семинары, мастер-классы, конференции, выставки и т.д. Структура конференц-центра. Организация и управление конференцией. Основные этапы подготовки конференции. Специальные услуги при проведении конференций. Современные тенденции в организации конференций, собраний и выставок.

Технические средства
для проведения конференций. Профессиональная видеотехника.
Профессиональное звуковое оборудование. Презентационная и проекционная техника. Профессиональное световое оборудование.

Тема 21. Индустрия развлечений

Активные и пассивные развлечения. Организованные и самодеятельные развлечения туристской индустрии. Система аттракций. Туристско-экскурсионные услуги. Анимация в отелях, на курортах. Событийный туризм. Тематические парки – география, особенности.

Тема 22. Экскурсионная теория

История экскурсионного дела в России. Определение экскурсоведения в системе наук. Основные проблемы экскурсоведения. Экскурсионное дело в структуре туристской индустрии. Определение понятия экскурсия. История становления экскурсоведения.

Тема 23. Классификация экскурсий и их методическая разработка

Цели и принципы классификации экскурсий. Методика разработки экскурсий. Классификация экскурсий по разным критериям: по характеру движения, характеру группы, характеру содержания экскурсии, характеру объекта показа. Подготовка к экскурсии. Организация экскурсий, встреча туристов. Определение ключевых позиций программы экскурсии. Техника безопасности во время проведения экскурсий. Методическая разработка. Хронометраж экскурсии. Портфель экскурсовода. Этапы подготовки экскурсии. Карточки объектов. Получение и сверка необходимых документов. Определение особых потребностей туристской группы и индивидуальных туристов.

Тема 24. Методика проведения экскурсий.

Техника осмотра, показа и изучения объектов экскурсии. Техника экскурсионного рассказа и объяснение. Представления туристов об идеальном экскурсоводе. Теория межличностного общения. Профессиональный этикет.

Классификация групп по установке на экскурсию. Приемы активизации туристов.

Тема 25. Основы музееведения и выставочной работы в аспекте экскурсионной деятельности

Ключевые понятия музееведения. Место в системе наук. Социальные функции музеев. Музейная сеть. Классификация музеев. Исторические аспекты возникновения и развития ярмарок и выставок. Классификация выставок. Всемирные торговые выставки. Выставочные мероприятия как часть маркетинга

Тема 26. Специальные виды туризма

Эффективные технологии пляжного туризма. Основные пляжные регионы мира. Эффективные технологии образовательного туризма. Основные ресурсы образовательного туризма в РФ и за рубежом туризма. Эффективные технологии круизного туризма. Наиболее известные круизные маршруты мира: география, ресурсное обеспечение, спрос и предложение. Эффективные технологии экскурсионного туризма. Наиболее популярные экскурсионные маршруты Западной Европы: география, ресурсное обеспечение, спрос и предложение. Эффективные технологии спортивного и экстремального видов туризма. Наиболее популярные предложения экстремального туризма в РФ и за рубежом: география, ресурсное обеспечение, спрос и предложение. Эффективные технологии тематического туризма. Основные российские и зарубежные события тематического туризма.

Тема 27. Лечебный туризм

Лечебный туризм. Санаторно-курортная деятельность как форма рекреации. Функции курортов – профилактика, реабилитация, анимационно-досуговая деятельность. Преобразование санаторно-курортного дела в рекреационную систему. Современный рынок лечебного туризма. Эффективные технологии лечебного туризма. Основные российские и зарубежные лечебно-оздоровительные туристские центры и их специализация.

Тема 28. Экологический туризм

Экологический туризм. Причины возникновения и успешного развития экологического туризма. Определение и главные особенности экологического туризма. Объекты, территории и мотивации экологического туризма. Эффективные технологии экологического туризма. Основные ресурсы экологического туризма в РФ и за рубежом.

Тема 29. Сельский туризм

Сельский туризм. Основные факторы развития и элементы привлекательности. Основные функции сельского туризма. Типы сочетаний сельского туризма с другими видами.

Тема 30. Деловой туризм

Деловой туризм. Понятие, мотивации и структура делового туризма. Классические деловые поездки и сфера МICE. Особенности организации делового туризма. Современный рынок делового туризма. Перспективные виды делового туризма. Эффективные технологии делового туризма.

Тема 31. Религиозный туризм

Религиозный туризм: паломничество, экскурсионный туризм религиозной тематики, научный туризм с религиоведческими целями и миссионерство.

Тема 32. Турпродукт–событие. Событийный туризм.

Турпродукт–событие – понятие и сущность. Тематическая однородность и организационная ограниченность. Локализация в пространстве и во времени. Незаурядность, исключительность, иногда цикличность. Виды и формы турпродукт-события. Турпродукт–событие как самостоятельное явление. Турпродукт–событие как составная часть турпродукта–маршрута или турпродукта–места (всемирные выставки ЕХРО, Олимпийские игры, кино- и музыкальные фестивали, Oktoberfest в Мюнхене, Всемирный фестиваль Джеймса Джонса и т.д.). Известные турпродукт–события в России.

Тема 33. Страхование туристских путешествий и грузоперевозок.

Сущность страхования. Виды страхования. Страховые медицинские услуги. Страхование имущества. Полис автогражданской ответственности «Зелёная карта». Рекомендации по страхованию. Действия при страховом

случае. Использование различных видов транспорта для перевозки грузов. Перевозка ручной клади, багажа и грузобагажа автотранспортом. Железнодорожные перевозки. Общие правила перевозки багажа и отдельных групп товаров авиационным транспортом. Бесплатный и платный багаж на авиационном транспорте. Утеря багажа. Упаковка багажа. Получение багажа. Предметы, разрешенные и запрещенные к перевозке в самолетах. Особенности перевозки отдельных групп предметов. Морские и речные перевозки.

Тема 34. Паспортные и визовые формальности в туристской деятельности.

Нормативно-правовые акты, регулирующие выдачу заграничных паспортов гражданам РФ. Виды заграничных паспортов. Общегражданский заграничный паспорт. Служебный паспорт. Дипломатический паспорт. Паспорт моряка. Документы, необходимые для получения заграничных паспортов. Особенность оформления заграничного паспорта для детей. Понятие туристской визы. Условия и возможности выдачи визы. Требования к визовым запросам. Документы, необходимые для оформления виз. Особенности оформления виз. Виды виз в зависимости от приглашения. Особенности оформления покупных и пригласительных виз. Шенгенская виза. Типы шенгенских виз. Ваучеры и их применение в туристской отрасли. Страны безвизового режима.

Тема 35. Таможенное регулирование туристской деятельности.

Нормативно-правовые акты, регулирующие таможенные формальности в РФ. Таможенный кодекс РФ. Понятия: «таможенное декларирование», «декларант», «таможенная декларация». Основные разделы таможенной декларации. Правила заполнения таможенной декларации. Виды товаров, подлежащих обязательному декларированию. Таможенное оформление. Система «красного» и «зеленого» коридоров на таможенной границе. Таможенный контроль. Основные формы таможенного контроля.

Исключительная форма таможенного контроля. Таможенный досмотр. Ответственность за нарушение таможенных правил.

Тема 36. Валютное регулирование в туризме.

Нормативно-правовые акты, регулирующие операции с валютой в РФ. Правовое регулирование перевозки валюты через границу. Порядок вывоза и ввоза иностранной валюты российскими гражданами. Ограничения по ввозу и вывозу валюты для туристов в зарубежных странах. Операции с валютой. Пластиковые карты как платежное средство для оплаты товаров и услуг за рубежом. Преимущество использования пластиковых карт. Классификация пластиковых карт. Правила использования пластиковых карт. Дорожные чеки. Особенности применения дорожных чеков. Преимущество расчетов дорожными чеками за рубежом по сравнению с наличными средствами.

Тема 37. Туристско-рекреационные ресурсы.

Понятия рекреационные ресурсы, туристские ресурсы, рекреационный потенциал. Классификация туристско-рекреационных ресурсов. Первичные (непосредственные) и вторичные (косвенные) рекреационные ресурсы. Группы первичных ресурсов, их определение и примеры: лечебные, оздоровительные, спортивные, познавательные. Группы вторичных ресурсов, их определение и примеры (материально-технические, финансовые, энергетико-сырьевые, трудовые).

Тема 38. Представление о территориальной рекреационной системе (ТРС).

Определение и составные части ТРС. Элементы таксономического ряда территориальных рекреационных систем: рекреационное предприятие, экскурсионный объект, рекреационный пункт, экскурсионный центр, рекреационный микрорайон, туристско-рекреационный район, туристско-рекреационная зона.

Тема 39. Туристский центр и туристский регион.

Определение и главные особенности туристского центра и туристского

региона. Отправляющие и принимающие туристские центры, и регионы. Функциональная классификация туристских центров и регионов. Типы туристских центров и регионов: лечебные, активно-оздоровительные, спортивные, познавательные, фольклорно-этнографические, альпийские, развлекательные, фестивально-конгрессные, религиозно-паломнические, экологические.

Тема 40. Туристско-рекреационное районирование Российской Федерации.

Туристско-рекреационные зоны и районы РФ. Особенности и уровень развития туристских районов России. Структура и специализация по видам туризма основных туристских и курортных зон федерального значения в России. Основные факторы развития туризма в России. Характеристика туристско-рекреационного района Уральского Федерального округа и Курганской области.

Тема 41. Международный туризм

Международный туризм как системный объект. История и этапы развития международного туризма. Экономическое значение туризма, роль туризма в мировой экономике и в экономике отдельных стран: доходы, инвестиции, занятость, развитие сопутствующих отраслей. Социальное значение международного туризма. Современное состояние и тенденции развития международного туристского рынка. Динамика туристских потоков, влияние экономических кризисов на разные сектора туристского рынка. Глобализация, ТНК в туристской деятельности. Тенденции в развитии туристского предложения. Туристские регионы (по ЮНВТО), современная структура международных туристских прибытий, прогнозируемые изменения. Туристская классификация стран мира, система показателей. Центр-периферийная модель мирового туристского рынка: особенности развития туризма в странах центра, полупериферии, периферии.

Тема 42. Региональные и национальные модели организации туризма.

География международного туризма. Европа – центр мирового туризма, объем и структура туристских потоков. Главные виды туризма, соотношение внутреннего и въездного туризма. Шенгенская зона и рынок краткосрочных поездок. Модели организации туризма в ключевых странах Европы: Германия, Франция, Италия, Испания, Великобритания. Туризм в странах Северной Европы. Центрально-Восточная Европа как туристский регион.

Тема 43. Правовое регулирование в туризме

Гражданский кодекс РФ – правовая основа предпринимательской деятельности предприятий (учреждений) туристской индустрии. Система Гражданского кодекса РФ. Услуги туристской индустрии как объекты гражданских прав.

Тема 44. Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере туризма

Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере туризма: хозяйственное товарищество, хозяйственное общество, коммерческая организация с иностранными инвестициями, государственное и муниципальное унитарное предприятие, объединения юридических лиц и т.п. Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Государственная регистрация предприятий (учреждений) туристской индустрии: туристских фирм, гостиниц и т.п., индивидуальных предпринимателей.

Тема 45. Регламентация деятельности предприятий (учреждений) туристской индустрии.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» - стержень правовой системы сферы туризма. Структура закона. Законы о туризме субъектов Российской Федерации. Другие федеральные и региональные законы, регламентирующие деятельность предприятий (учреждений) туристской индустрии. Правовое регулирование договорных

отношений по оказанию услуг туристской индустрии. Договоры и другие документы по организации туристского путешествия.

Тема 46. Международное сотрудничество в сфере туризма.

Роль и значение Всемирной туристской организации в развитии международного туризма. Статус иностранного туриста в международном праве. Основные акты международных организаций и сообществ в области туризма, принятые во второй половине XX века и начале XXI века. Акты Международной ассамблеи государств – участников СНГ, межправительственные соглашения, двусторонние акты государств – участников СНГ в области туризма.

Тема 47. Понятия и определения статистики туризма.

Посетители и поездки, их статистические характеристики; рекомендации международных организаций по классификациям в туристской индустрии. Классификации туристского спроса: классификации туристских поездок; туристские расходы и их классификации, характерные туристские товары и услуги. Классификации предложения в туризме: характерные туристские виды деятельности. Стандартная международная классификация видов деятельности в области туризма (СИСТА). Внутренний и международный туризм.

Тема 48. Система показателей статистики туризма.

Показатели туристского спроса: статистика туристских поездок резидентов в пределах страны (внутренний туризм), статистика туристских поездок резидентов за рубеж (выездной туризм), статистика туристских поездок нерезидентов по стране (въездной туризм). Показатели предложения в туризме: характеристика деятельности средств размещения и других видов деятельности, производящих характерные туристские товары и услуги. Региональная статистика туризма.

Раздел 2. Менеджмент в туризме

Тема 1. Туризм как объект управления

Понятие и особенности туристского рынка. Международный характер современного туристского рынка. Основные управленческие категории туризма. Особенности общего управления предприятием сферы туризма.

Тема 2. Понятие и сущность менеджмента

Основы менеджмента; понятия, сущность и функции менеджмента туризма, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России. Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием, организация работы по управлению предприятием, система коммуникаций, стратегическое и текущее планирование, методы принятия решений, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма, основы производственного менеджмента, создание системы мотивации труда, организация контроля за деятельностью подчиненных, самоменеджмент, риск-менеджмент, этика делового общения; управление конфликтами; психология менеджмента; внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества.

Тема 3. Система управления туризмом в рамках национальной экономики

Социально-экономическое значение туризма. Экономика и туризм. Экология и туризм. Социальная сфера как внешняя среда туризма. Влияние политики на развитие туризма. Технологии, обеспечивающие развитие туризма. Влияние нововведений в политической, экономической и социальной сферах на развитие туризма. Государственное управление туризмом. Туристские регионы, организации и предприятия.

Тема 4. Специфика управления туристским предприятием

Цели и задачи управления предприятием, определение миссии предприятия. Организация работы по управлению предприятием. Производственный менеджмент: принципы и закономерности организации производственного процесса; производственный цикл предприятия. Особенности сетевого бизнеса в туризме, франчайзинг в сфере туризма. Управляющие компании в сфере туризма.

Тема 5. Организационные структуры управления в сфере туризма

Понятие структуры управления туристской организации. Система коммуникаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в туристской организации. Формальная и неформальная организация. Централизация и децентрализация. Делегирование полномочий и ответственности. Процесс личной продажи. Проектирование организационных структур.

Тема 6. Стратегический менеджмент индустрии туризма

Методы стратегического анализа. Классификация стратегий предприятий индустрии туризма. Стратегические альянсы в индустрии туризма. Содержание и виды планирования деятельности предприятия сферы туризма: стратегическое и текущее планирование. Тактика менеджмента. Внешние связи и возможности менеджмента. Способы организации и реализации выездных туров. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг.

Тема 7. Организация принятия управленческих решений

Виды управленческих решений и методы их разработки. Особенности управленческих решений. Внешняя среда туристского бизнеса: экономические, социально-демографические, природно-климатические, культурные, научно-технические, политико-правовые факторы. Внутренняя среда туристского бизнеса. Методы принятия решений их характеристика. Оценка экономической эффективности туристской деятельности.

Тема 8. Риск-менеджмент

Понятие и сущность риска. Классификация предпринимательских рисков. Система внешних факторов, влияющих на уровень предпринимательского риска. Оценка влияния отдельных рисков на конечный результат деятельности предприятий туризма. Создание системы управления рисками на предприятии туризма. Связь инновационной деятельности с рисками.

Тема 9. Система мотивации труда на предприятиях сферы туризма

Основные теории мотивации. Система мотивации труда персонала индустрии туризма. Основные подходы к организации и стимулированию труда на предприятиях туристской индустрии. Особенности технологии управления

персоналом на предприятиях индустрии туризма. Организация контроля за деятельностью подчиненных, учет и контроль результатов труда. Самоменеджмент и его использование в индустрии туризма. Направления деятельности по повышению личной эффективности менеджера в индустрии туризма.

Тема 10. Этика и психология туристской деятельности

Психология менеджмента. Мотивация туристского спроса. Психология туристских потребностей. Психология персонала турфирмы. Значение делового общения. Власть, влияние, лидерство менеджера. Организация общения. Подведение итогов делового общения.

Тема 11. Организация проведения деловых совещаний и переговоров

Деловые совещания: классификация, задачи, организация проведения, условия эффективности. Деловые переговоры: подготовка, проведение, решение проблемы и завершение переговоров, анализ, условия эффективности.

Тема 12. Управление конфликтами в сфере туризма

Природа и функции конфликта. Типы конфликтов. Основные причины и методы преодоления конфликтов с туристами. Процесс развития конфликта. Способы разрешения конфликтов. Природа и причины стресса.

Раздел 3. Маркетинг в туризме

Тема 1. Маркетинг туризма как инструмент развития туристской индустрии в условиях рыночной экономики

Введение: роль, место и предмет дисциплины, цель и задачи курса. Связь с предшествующими курсами. Порядок изучения дисциплины. Сущность маркетингового процесса в индустрии туризма. Управление маркетингом. Теории управления маркетингом.

Тема 2. Особенности маркетинга в индустрии туризма

Культура обслуживания. Основные характеристики обслуживания. Особенности исследования рынка туристской индустрии. Стратегии

управления в сфере обслуживания. Маркетинговые стратегии. Система маркетинга, модель общей системы производства услуг.

Тема 3. Роль маркетинга в стратегическом планировании

Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия туристской индустрии. Корпоративное стратегическое планирование. Интегрированный рост. Стратегическое планирование бизнеса. Анализ SWOT. Анализ факторов внешней и внутренней среды. Формулирование целей, стратегии. Разработка программы действий. Реализация. Обратная связь и контроль. Специфические проблемы стратегического планирования в индустрии туризма.

Тема 4. Маркетинговая среда предприятия туристской индустрии

Элементы микросреды компании. Факторы внешней среды, влияющие на способность компании обслуживать ее потребителей. Влияние изменений в демографической и экономической среде на маркетинг.

Тема 5. Маркетинговые информационные системы и исследования

Маркетинговая информационная система. Анализ информации. Международные маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования в малом бизнесе. Маркетинговые исследования в туризме как комплекс междисциплинарного подхода и научных методов целенаправленного сбора, анализа и интерпретации разнородной маркетинговой информации для обоснования действий по продвижению туристских услуг от производителя к потребителю. Виды маркетинговых исследований: по способу проведения, по характеру и цели исследования, по виду используемой информации. Объекты маркетинговых исследований в туризме. Среда маркетинга, рынок, туристский продукт, конкуренты, потребители, маркетинговые коммуникации.

Тема 6. Потребительский рынок и покупательское поведение

Модель поведения потребителя. Личностные характеристики, влияющие на потребительское поведение. Процесс принятия решения о покупке. Характерные черты потребителей на рынке индустрии туризма. Процесс совершения покупки для нужд организации. Основные факторы, влияющие на

организацию-покупателя. Принятие решения о покупке организацией. Рынки для групповых потребителей.

Тема 7. Сегментация туристского рынка

Рынок. Сущность рыночной сегментации. Идентификация возможных баз для сегментации потребительских рынков, рынков типа «бизнес-бизнес» и международных рынков. Требования, необходимые для эффективной сегментации рынков: измеримость, доступность, доходность, реализуемость. Определение целевого рынка. Рыночное позиционирование: стратегии, виды.

Тема 8. Разработка продукта на предприятиях сферы туризма и гостеприимства

Определение термина «продукт». Виды продукта. Уровни продукта. Процесс разработки нового продукта. Обязательные условия разработки нового продукта. Жизненный цикл продукта. Стратегии на основе жизненного цикла продукта. Работа с брендами.

Тема 9. Внутренний маркетинг

Внутренний маркетинг как важная составляющая маркетинговой программы. Процесс внутреннего маркетинга. Формирование культуры обслуживания. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Применение системы поощрений.

Тема 10. Ценообразование на рынке туристских услуг

Особенности ценообразования в туристской деятельности. Степень влияния конкурентов. Сроки между моментами установления цены и купли-продажи турпродукта. Сезонная дифференциация цен и тарифов. Влияние стоимости операций на спрос. Ориентация цены турпродукта на определенные типовые группы. Влияние рекламы. Различные виды туров. Степень государственного регулирования в сфере транспорта. Зависимость цены от страны туриста. Методы ценообразования туристических фирм: 1) затратный метод; 2) метод с ориентацией на уровень конкуренции; 3) метод с ориентацией на спрос; 4) ценностный метод. Преимущества и недостатки. Калькуляция полной себестоимости турпродукта: фактическая (отчетная), плановая

(нормативная) и сметная калькуляция. Статьи расходов: расходы на проживание; транспортные расходы; расходы на питание; страховка; визы; расходы на экскурсионную программу; косвенные расходы туроператора. Формула расчета цены турпакета на одного туриста.

Тема 11. Продвижение продукции на рынке туризма и гостеприимства. Формирование каналов продаж.

Канал продаж (или канал дистрибьюции). Работа с туристическими агентствами. Основные функции туристических агентств: рекламирование туров, предлагаемых туроператорами, доведение достоверной информации о туре потенциальному клиенту (в случае обращения клиента в офис турагента), продажа тура, комплектующая функция агентства. Основные расходы туристического оператора по содержанию агентов: комиссионное вознаграждение; распространение экспозиционного и рекламного материала среди агентств, организация информационных туров; участие туроператора в региональных выставках, целью которых является привлечение новых агентств и мотивация к работе существующих агентов; оплата труда работников туроператора, занимающихся работой с агентствами (в большинстве случаев, так называемые отделы по работе с агентствами являются крупнейшими по количеству работающих в них людей в составе туроператора).

Тема 12. Электронный маркетинг

Маркетинговая стратегия в новую цифровую эпоху. Интернет-маркетинг. Разработка маркетинговой системы на основе базы данных. Прямой маркетинг как инструмент формирования взаимоотношений.

Тема 13. Маркетинг дестинаций

Глобализация индустрии туризма. Международный маркетинг, его специфика в России. Внешнеэкономический маркетинг. Важность туризма для экономики дестинаций. Сегментация туристского рынка и мониторинг его деятельности. Маркетинговая коммуникация. Коммуникации с туристским рынком. Организация и управление маркетингового туризма.

Тема 14. Маркетинговое планирование

Составление маркетингового плана. Влияние факторов окружающей среды на маркетинговый план. Определение рыночного потенциала. Маркетинговые цели, стратегии, задачи. Контроллинг в системе маркетинга.

Раздел 4. Организация и технологии туристского обслуживания

Тема 1. Туристское обслуживание

Понятие «туристское обслуживание и его виды. Этапы туристского обслуживания. Комплексность и специфичность туристского обслуживания. Основные и дополнительные туристские услуги. Пакет услуг, заказной и инклюзив-турпакет. Порядок формирования турпакета. Особенности состава пакета услуг в зависимости от вида тура. Туристские услуги в составе турпакета. Предпродажное и послепродажное туристское обслуживание.

Тема 2. Обеспечение безопасности и качества туристского обслуживания

Качество туристского обслуживания. Критерии качества. Способы обеспечения и контроля качества туристского обслуживания. Безопасность туристского обслуживания. Меры по обеспечению безопасности туристского обслуживания со стороны туристской фирмы. Инструктаж туристов. Порядок предоставления полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания. Законодательные особенности предоставления полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания туриста. Классы обслуживания туристов на предприятиях туристской индустрии (транспорте, гостинице, ресторане и т.д.) Виды, характеристика, назначение.

Тема 3. Продвижение и реализация туристского продукта потребителям

Организационно-технологические схемы продвижения туристского продукта. Организация рекламы, создание каталогов, участие в специализированных туристских выставках. Документальное обеспечение реализации внутреннего и внешнего туристского путешествия. Основные документы их назначение, правила их заполнения. Пакет документов туриста. Нормативно-законодательная база продвижения и реализации туристского обслуживания. Особенности обслуживания туристов в офисе туристской фирмы при продаже туристского продукта.

Тема 4. Технология и организация туристского путешествия

Основные понятия и определения: «маршрут», «тур», «туристская путевка», «ваучер». Разработка туристского маршрута. Основные этапы разработки маршрута. Основные этапы формирования тура. Программа тура. Программный туризм. Паспорт маршрута. Технологическая карта маршрута. Информационный листок. Каталог маршрута. Калькуляция тура. Особенность формирования инклюзив-туров и заказных туров. Оценка экономической эффективности тура. Расчет себестоимости тура. Расчет стоимости проживания, питания, перевозки, трансфера, экскурсионного обслуживания, расходы на руководителя группы. Определение цены турпродукта и доходов от его реализации. Оценка рентабельности тура.

Тема 5 Организация и технология сопровождения туристов

Руководитель туристской группы. Примерное положение о руководителе группы. Должностная инструкция. Должностные обязанности и этапы работы руководителя туристской группы принимающей фирмы. Должностные особенности руководителя туристской группы направляющей фирмы. Документальное обеспечение сопровождения туристов. Пакет документов руководителя туристской группы. Особенности организации сопровождения и обслуживания туристов на автобусном маршруте. Особенности сопровождения групповых и индивидуальных туристов. Особенности организации обслуживания иностранных туристов на предприятиях индустрии туризма.

Тема 6. Основы разработки и продвижения нового туристского маршрута

Технология разработки нового турпродукта. Основные этапы разработки и продвижения нового туристского маршрута. Взаимодействие туроператора с турагентами при продвижении и реализации турпродукта. Технология бронирования туров и туристских услуг. Контроль послепродажного обслуживания туристов и стимулирование турагентов и потребителей.

Раздел 5. Туроперейтинг

Тема 1. Основные условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности в Российской Федерации.

Главное условие осуществления организациями и предприятиями туроператорской или турагентской деятельности. Понятие «лицензия». Федеральный закон от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Федеральный закон «О стандартизации». Задачи стандартизации. Государственные стандарты РФ в сфере туризма. Усиление защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц: туроператор – юридическое лицо, финансовое обеспечение. Размеры финансового обеспечения. Договор страхования гражданской ответственности туроператором. Страховой случай. Требование о выплате страхового возмещения. Сроки обращения пострадавших. Размеры банковских гарантий. Исключения из правила финансового обеспечения: организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание на территории РФ в течение не более 24 часов; государственные и муниципальные унитарные предприятия, а также государственные и муниципальные учреждения, осуществляющие деятельность по организации путешествий в пределах территории РФ по установленным государством ценам в целях решения социальных задач. Единый федеральный реестр туроператоров. Сведения о туроператоре,

вносимые в Единый реестр туроператоров. Основания и сроки принятия решения для внесения сведений о туроператоре в Единый федеральный реестр. Основанием для отказа во внесении сведений о туроператоре в реестр. Порядок обновления сведений в реестре. Изменения в организации работы турфирм, осуществляющих турагентскую деятельность. Отмена процедуры лицензирования турагентской деятельности. Договор между турагентом и туроператором. Ответственность за невыполнение обязательств по договору реализации турпродукта перед третьим лицом.

Тема 2. Основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга.

Понятие и сущность туроперейтинга. Туроперейтинг как вид производственной деятельности туристского предприятия по разработке и реализации туристского продукта. Туроперейтинг: подходы к определению, содержанию, функциям. Основные функции туроператора: комплектация тура на основе договорных взаимоотношений с поставщиками услуг и в соответствии с имеющимся туристским спросом, разработка туристских маршрутов, составление программы обслуживания туристов, организация комплекса мероприятий по продвижению и продаже туров. Основные элементы комплекса туроперейтинга: планирование и реализация туров – обслуживание туристов. Особенности производственной деятельности в сфере услуг.

Тема 3. Рынок въездного и выездного туризма Курганской области

Структура рынка туризма региона. Туроператорские и турагентские фирмы Курганской области. Основные направления выездного и въездного туризма в регионе. Характеристика материально-технической базы для целей въездного и внутреннего туризма. Проблемы и перспективы развития туризма в Курганской области.

Тема 4. Классификация туроператоров

Классификация туроператоров: по виду деятельности (массовые, специализированные: по виду туризма, по направлению, по сегменту рынка, по средствам размещения, по транспорту); по месту деятельности (местные, выездные, въездные); по роли (инициативные, рецептивные); по географическому признаку. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-операторы. Положительные и отрицательные стороны каждого вида туроперейтинга. Деление туроператоров на флайтеров (абсолютных, относительных) и нон-флайтеров. Презентативные и репрезентативные туроператоры. Понятие meet-company. Основные проблемы туроператоров по выездному, въездному и внутреннему туризму. Отличительные черты каждого вида туроперейтинга. Условия для прямой и опосредованной организации туров, их достоинства и недостатки. Характеристики деятельности российского аутгоингового туроператора.

Тема 5. Типология туров

Профиль работы туроператоров. Туры с применением различных видов транспорта: авиа, автомобильные, железнодорожные, круизы и др. их достоинства и недостатки. Типология туров в зависимости от целей туристов. Оздоровительные, познавательные туры, обучение, паломнические, тематические, экологические, событийные и другие виды туров. Определение целей туристов. Индивидуальные и групповые туры. Концентрированное и рассеянное направление работы туроператора. Факторы при выборе профиля работы туроператора. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры, достоинства и недостатки каждого вида.

Тема 6. Факторы туроперейтинга

Внешние (экзогенные) факторы туроперейтинга, их основные черты. Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Права и обязанности туриста. Туристские ресурсы как фактор внешней среды туризма, понятие туристских ресурсов. Характерные черты объектов туристского интереса. Рекреационные, антропогенные ресурсы. Экономические, политические, экологические

факторы. Оценка влиятельности экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга, их роль и значение.

Тема 7. Маркетинг в туристском планировании

Роль маркетинга в туристском проектировании. Исследование потребностей туристского рынка. Основные этапы маркетингового исследования рынка туристских услуг. Сегментирование туристского рынка: по географическому, экономическому принципам, по количественному предпочтению туристов (индивидуалы, группы). Возрастное сегментирование, по принципам туристских предпочтений. Особенности каждого вида сегментирования. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды. Конкуренты туроператора: коммутанты, пациенты и виоленты. Выявление сильных и слабых сторон позиций конкурентов. Сегментирование фокус-групп. Внешние и внутренние источники для анализа. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке. Основания для дифференциации туров. Позиционирование туров и туроператоров. Позиционирование на уровне туроператора. Основные ошибки при формировании позиции (недостаточное, расплывчатое, сверхпозиционирование).

Тема 8. Основы проектирования туров

Турпакет как результат процедуры туристского планирования. Требования к турпакету. Схема работы при прямой и опосредованной организации туров. Идентификация поставщиков услуг. Сотрудничество с перевозчиками, средствами размещения, предприятиями питания и другими поставщиками услуг. Процедура ценообразования. Прибыль туроператора. Ассортимент туров. Разработка каталогов и ценовых предложений туроператора.

Тема 9. Работа туроператора по реализации туров

Особенности туроперейтинга как вида деятельности. Турпроектирование, тур-планирование, продвижение тура, сбыт тура, реализация тура. Концепция маркетинга в туристском планировании. Схемы работы туроператоров по реализации и организации туров. Роль рецептивного туроператора. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии, транспортными и страховыми компаниями. Визовая поддержка туроператора.

Тема 10. Современные подходы к определению туристского продукта (турпродукта).

Понятие «туристский продукт» («турпродукт») в законодательстве Российской Федерации. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в различных редакциях. Структурный подход к определению понятия «турпродукт» в научной литературе: Г. Голембский, Л. Мазуркевич, А. Новаковская, В.Т.К. Миддлтон, Холлоуей и Робинсон, В. Веткин, Н. Кабушкин. Продукт, как то, что можно предложить покупателю. Психологический подход Миддлтона. Продукт как совокупность пользы, приятности, удовлетворения, удовольствия для его покупателя. Комплексный подход к определению понятия «турпродукт» в научной литературе: С. Медлик, Дж. Альктон, Я. Качмарек.

Тема 11. Турпродукт как объект управления.

Характеристики турпродукта, которые отличают услугу от товара: неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость, неспособность к хранению (проблема достижения равновесия между спросом предложением), дискретность (прерывистость) производства и целостность потребления. Взаимосвязь специфики туристского продукта и специфики туристского спроса. Факторы, влияющие на формирование туристского спроса: доход, структура семьи, возраст, профессиональная принадлежность, экономическое положение, экология туристского региона, социальные факторы (условия жизни и труда, уровень образования, свободное время).

Тема 12. Разработка турпродукта. Понятие технологии в туристском бизнесе.

Определение структуры реального турпродукта. Принципы отбора базовых услуг и турпродуктов. Потенциальная экономическая целесообразность базовых услуг. Надежность поставщиков услуг. Ресурсные возможности туроператора. Базовые услуги должны соответствовать цели проектируемого турпродукта. Комплектование услуг одного класса обслуживания. Учет соответствия качества и стоимости комплектуемых услуг. Способность базовых услуг к модификации. Безопасность базовых услуг. Выбор вариантов бронирования в средствах размещения: комитмент (передача) и элотмент (доля, часть) и другие. Выбор вариантов бронирования в транспортных средствах. Бронирование услуг страховых компаний. Планирование себестоимости тура. Точка самокупаемости турпродукта. Подготовка к заключению договоров с поставщиками услуг. Заключение договоров. Формирование турпакета из основных услуг. Формирование турпродукта. Выбор оптимальной продолжительности тура. Определение цены тура. Затратный метод ценообразования. Себестоимость. Рентабельность. Рыночный метод ценообразования. Метод предельной полезности турпродукта. Проверка свойств созданного турпродукта, оформление документации тура. Технологическая карта маршрута. График загрузки. Путевка и информационный листок к путевке. Технологическая карта экскурсии и другие документы. Каталог туров.

Тема 13. Турпродукт-услуга: гостиничная услуга.

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности. Особенности гостиничной услуги. Неодновременность процессов производства и потребления. Ограниченная возможность хранения. Срочный характер гостиничных услуг. Широкое участие персонала в производственном процессе. Сезонный характер спроса на гостиничные услуги. Взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки. Гостиничная услуга как комплексная услуга. а) материальная база – техническое оснащение номеров и

инфраструктура гостиницы; б) обслуживание – деятельность персонала гостиницы для обеспечения пользования потребителем материальной базой организации и оказания дополнительных услуг. Гостиничный номер. Классификация гостиничных номеров по числу мест, по количеству комнат, по назначению. Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения в РФ. Категории номеров: сьюит, апартамент, люкс, студия, номер первой категории, номер второй категории, номер третьей категории, номер четвертой категории, номер пятой категории. Обслуживание: составляющие гостиничной услуги: 1) услуги, предшествующие заключению договора исполнителя с заказчиком (бронирование номера, оформление проживания в гостинице); 2) размещение потребителя в номере, а также оказание всего перечня услуг, которые входят в цену номера (места в номере); 3) дополнительные услуги.

Тема 14. Анимационная услуга как турпродукт.

Понятие «анимация». Цель анимации как услуги. Функции анимации: адаптационная, компенсационная, стабилизирующая, оздоровительная, образовательная, совершенствующая, рекламная. Виды анимации: анимация в движении, анимация через переживание, анимация через общение, анимация через успокоение, культурная анимация, творческая анимация. Рекреационная анимация. Гостиничная анимация. Туристская анимация. Три типа туров по объему анимационных программ: анимационные туристские маршруты, дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах, личные контакты тураниматора с туристом и их совместное участие в развлечениях, предлагаемых анимационной программой отеля. Виды анимационных программ и основные этапы их разработки. Программы туристской анимации: спортивные, развлекательные, познавательно-обучающие, любительские (творческо-трудоуемые) программы и общение по интересам, комплексные, комбинированные из однородных. Технология создания и реализации анимационных программ и ее подсистемы. Этапы подготовки и проведения

анимационной программы: подготовительный, включающий; начальный; содержательный; заключительный.

Тема 15. Турпродукт-предмет (каталоги, сувениры, путеводители, туристское оборудование).

Базовые (простые) турпродукты: турпродукт-услуга, турпродукт-предмет. Турпродукт-предмет – материальный предмет (путеводители, каталоги, туристские карты и схемы, буклеты, открытки, сувениры, туристское снаряжение). Основные характеристики и специфика каждого из перечисленных, их адресность, выразительность, целостность, иерархичность, актуальность. Использование торговых марок и знаков. Создание видеофильмов. Инновационные «мультимедиа-продукты» (мультимедийные планы городов, путеводители по музеям и историческим объектам, презентации регионов на компакт-дисках или сайтах в Интернете).

Тема 16. «Новый турпродукт». Виды новых турпродуктов.

Относительность определения понятия «новый турпродукт». Абсолютно новый, не существовавший ранее турпродукт – следствие инновационной стратегии туроператора. База инновационной стратегии: новые идеи тура (идея тура по местам, описанным в некотором литературном произведении), новые формы тура (тюремный тур «На нарах с Аль Капоне»), достижения научно-технического процесса (туры в космос), освоение новых географических областей и направлений (туры к полюсам земли), новые виды услуг. Преимущества и риски разработки абсолютно нового, не существовавшего ранее турпродукта. Турпродукт, создаваемый туроператором на основе существующего турпродукта, но не представленного на том рынке, на котором работает данный туроператор (например, российский или самарский регион). Преимущества и риски разработки такой разновидности нового турпродукта. Турпродукт, создаваемый туроператором на основе одного из турпродуктов,

представленных на рынке, на котором работает туроператор. Преимущества и риски разработки такой разновидности нового турпродукта.

Тема 17. Жизненный цикл турпродукта

Появление нового турпродукта на рынке (инновационная диффузия). Фазы восприятия нового турпродукта: фаза осознания; фаза интереса; фаза оценивания; фаза апробирования; фаза освоения. Пять основных групп покупателей: инноваторы, ранние последователи (отважные), раннее большинство (осторожные), позднее большинство (пассивные), медлительные (консерваторы). Жизненный цикл турпродукта. Вне рыночный этап: фаза развития идеи. Рыночный этап: фаза вывода продукта на рынок, фаза роста продаж, фаза стабилизации продукта (зрелости), фаза заката. Современные тенденции развития жизненного цикла турпродуктов. Поиск возможности управлять жизненным циклом туристского продукта. Два основных аспекта управления жизненным циклом туристского продукта: 1) контроль жизненного цикла по каждому отдельному продукту, 2) контроль жизненных циклов всей туристской продукции по всей торговой линии. Ошибки и рекомендации по управлению жизненным циклом турпродукта.

Тема 18. Схемы и формы сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг

Особенности прямой и опосредованной организации туров. Достоинства и недостатки каждой фирмы. Работа с встречающейся стороной: по разовым заявкам, на условиях квотирования, туристический кредит. Заключение договора между отправляющей и принимающей стороной. Составление предварительной и конкретной программ обслуживания. Обсуждение вопросов размещения, питания, трансфера, экскурсионной программы и т.п. Обсуждение условий расчетов за услуги. Условия аннуляции туров. Договор между туроператором и поставщиком услуг.

Тема 19. Технологическая документация турпродукта.

Технологическая документация тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту (ГОСТ Р 50681-94); график загрузки туристского предприятия (ГОСТ Р 50681-94); информационный листок к туристской путевке (ГОСТ Р 50681-94); памятка туриста (ГОСТ Р 50690-2000); туристская путевка; лист бронирования; договор с клиентом; договора с агентами; договора с партнерами – поставщиками услуг; калькуляция или расчет стоимости тура (ценовые таблицы); описание маршрута; график движения по маршруту; карта-схема маршрута; описание технологических особенностей организации тура; справочные материалы по маршруту: буклеты, каталоги. Документация обслуживания: заявка на бронирование, подтверждение бронирования; подтверждение заезда, ваучер, лист согласования. Туристский пакет.

Тема 20. Туристская документация.

Основные виды туристских документов. Заявления и заявки на организацию туристических поездок и туристического обслуживания. Договор об оказании туристских услуг. Анкета туриста. Туристская путевка. Путевка-ваучер. Ваучер. Проездные документы. Анкетные данные для визы. Доверенность на несовершеннолетних граждан. Памятка туристу. Таможенная декларация. Страховые документы. Правила добровольного страхования (медицинского, от несчастных случаев). Договоры добровольного и обязательного страхования (личного и медицинского). Условия страхования средств транспорта. Договор страхования имущества предприятий. Акт о страховом случае.

Тема 21. Продвижение продуктов: реклама.

Реклама как эффективное средство информирования покупателей о новых товарах и услугах. Специфические функции туристской рекламы. Требования к рекламному сообщению (сообщение воспринято + понято + запомнено).

Носители туристской рекламы: газеты, журналы, приложения, радио, телевидение, наружная реклама, вывеска туроператора, растяжка, рекламный щит, реклама на транспорте, сайты, форумы, Интернет-рассылка. Специфика выбора рекламных средств для продвижения туристских продуктов.

Тема 22. PR-акции как способ продвижения турпродукта.

Связи с общественностью в туризме как технология продвижения турпродукта. Сообщения о работе туроператора в прессе. Телепередачи и радиотрансляции. Участие представителей туроператора в разнообразных, даже зачастую имеющих мало общего с туризмом, мероприятиях. Спонсорство. Благотворительность. Презентации. Корпоративные мероприятия, участие туроператора в регулярно проводимых туристских выставках. Подготовка и участие в выставках. Виды выставочных мероприятий в туризме. Цели выставочной деятельности. Цели туристских организаций при участии в выставках. Классификация выставочных мероприятий. Затраты и выгоды от участия в выставочном мероприятии. Этапы выставочной работы. Выбор выставки. Подготовка к выставке: организация и оплата стенда и оборудования; работа по предварительному каталогу; работа с оргкомитетом выставки; подготовка выставочной документации и рекламы, подготовка выставочной команды. Работа на стенде: место стенда на выставке; привлечение посетителей; планирование экспозиций; дизайн стенда; методы показа экспозиции; требования к стендовой (выставочной) команде. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки: работа с журналом контактов, с прессой, действующими и потенциальными партнерами, клиентами. Отчет и аналитическая записка по работе на выставке.

Тема 23. Стимулирование продаж в туризме.

Четыре категории способов стимулирования деятельности агентов: материальные (непосредственно связанные с денежным вознаграждением работающих агентов), технологические (связанные с усовершенствованием

технологий совместной дальнейшей работы), образовательные (связанные с повышением профессионализма агентов и направленные на повышение качества обслуживания туристов) и нематериальные. Обслуживание клиента при продаже туров. Психология продаж. Мотивы клиентов при покупке. Типы продавцов, типы покупателей. Методы формирования заинтересованности в покупке туристского продукта. Тактика продаж. Общение с клиентом по телефону.

Тема 24. Туристское агентство (турагентство): понятие и классификация.

Агентский договор. Классификация туристских агентств. Независимые агентства, частично зависимые агентства, уполномоченные агентства, ритейловые агентства. Классификация агентств по объемам и формам сотрудничества с операторами: агентства, работающие по безрисковым схемам, агентства, работающие по рискованным схемам.

Тема 25. Организация работы туристского агентства.

Разработка учредительных документов. Регистрация туристической фирмы. Устав фирмы. Общество с ограниченной ответственностью. Акционерное общество (ОАО и ЗАО). Регистрация турагентства. Порядок ликвидации турагентства. Организация работы турагентства по реализации туров. Оплата работы продавцов-агентов. Правовые основы реализации туристского продукта: Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Закон РФ «О защите прав потребителей».

Тема 26. Агентские сети: понятие и классификация.

Агентские сети туроператора. Типичные условия работы турагентства в сети туроператора. Права и обязанности туроператора и турагента по договору франчайзинга. Франчайзинговый пакет. Построение агентской сети. Виды

агентских сетей. Прямая агентская сеть. Презентативная агентская сеть. Совмещенная агентская сеть. Двухуровневая схема работы туроператора. Показатели надежности партнера по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Страхование профессиональной ответственности партнера по сбыту. Авансовые платежи. Факторы, принимаемые во внимание при подборе турагентов. Условия заключения и атрибуты агентского соглашения.

Тема 27. Информационные технологии в туроперейтинге

Понятие автоматизации туроперейтинга, основные ее направления. Программное обеспечение российских и зарубежных разработчиков. Продвижение туристского продукта через Internet. Электронные системы бронирования. Обязанности владельца и пользователя системы Internet-бронирования. Технология бронирования туров через Internet.

Тема 28. Деятельность менеджера по бронированию.

Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. Варианты бронирования мест в средствах размещения: аренда всего средства размещения, получение блока мест на условиях комитмента, на условиях элотмента, безотзывное бронирование, работа на условиях повышенной комиссии, работа по разовым заявкам. Варианты получения мест на авиарейсах: получение блока мест на регулярном авиарейсе, фрахт самолета для выполнения чартерных перевозок, получение блока мест на чартерном авиарейсе. Бронирование мест при железнодорожных перевозках: бронирование групповой перевозки по заявке, бронирование групповых перевозок на условиях фрахта. Бронирование мест при автобусных перевозках. Бронирование экскурсионных услуг, Бронирование услуг страховых компаний.

Тема 29. Организационно-правовые основы туристского предприятия

Организационно-правовые формы деятельности туристских предприятий и факторы, определяющие выбор формы деятельности. Организационный аспект создания туристской фирмы: этапы создания фирмы, пакет необходимых документов и условий для получения права заниматься туроператорской (турагентской) деятельностью. Организационно-управленческая структура предприятия и должностные обязанности сотрудников различных квалификационных уровней.

Тема 30. Финансово-экономические аспекты туроперейтинга

Ценообразование в туризме. Технология разработки цены турпродукта. Рыночные аспекты ценообразования. Финансовая схема работы туроператора. Налогообложение в туризме.

Тема 31. Услуги предприятий размещения и питания как составная часть туристской индустрии

Современный этап развития гостиничной индустрии. Критерии классификации средств размещения. Классификация по уровню комфорта, по функциональному назначению. Типы гостиничных номеров. Требования стандартов в гостиничной сфере. Индустрия питания. Типы предприятий в РФ и основные требования к ним. Классификация по характеру торгово-производственной деятельности: ресторан, кафе, бар, закусочная, столовая, буфет.

Тема 32. Транспортные услуги в туроперейтинге

Доля затрат на транспорт в цене тура. Классификация транспортных средств в туризме. Воздушный, автомобильный, водный и железнодорожный транспорт. Нормативное регулирование в сфере перевозок в туризме. Формы взаимодействия туроператоров и транспортных предприятий. Договорные отношения. Виды аренды.

Список рекомендуемой литературы

I Нормативно-правовые документы

1. Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ (с изменениями, в редакции от 01.07.2011 г.).
2. Закон «О сертификации продукции и услуг» от 19 июня 1995 года № 89-ФЗ (с изменениями, в редакции от 25.07.2002 г.).
3. Закон «О защите прав потребителей» от 16 января 1996 года № 2-ФЗ (с изменениями, в редакции от 18.07.2011 г.).
4. Закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 18 июля 1996 г. №114-ФЗ (с изменениями, в редакции от 18.07.2011).
5. «Таможенный кодекс Российской Федерации» (утвержден ВС РФ 18.06.1993 N 5221-1) действующая редакция.
6. Постановление Правительства РФ от 31.12.2004 N 901 (ред. от 24.03.2011) "Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму".
7. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 "Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта".
8. Приказ Ростуризма от 14.02.2006 N 33 "О мерах по повышению уровня правового обеспечения деятельности Федерального агентства по туризму" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 24.03.2006 N 7635)14.
9. Приказ Ростуризма от 28.11.2007 N 128 "О Порядке определения туристических организаций, имеющих право на осуществление деятельности в рамках реализации Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 года" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 21.02.2008 N 11214).
10. Приказ Ростуризма от 19.07.2011 N 187 "Об утверждении порядка проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и

проектов нормативных правовых актов Федерального агентства по туризму" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 15.08.2011 N 21621).

11. Закон о туристской деятельности в Курганской области Принят Постановлением Курганской областной Думы от 26.10.2010 г. N 317 (в ред. Закона Курганской области от 05.04.2011 N 10).

12. Постановление от 19 ноября 2012 г. № 554 Правительства Курганской области о целевой программе Курганской области «Развитие туризма в Курганской области» на 2013– 2015 годы.

II Стандарты и классификаторы

1. ГОСТ 6.10.4-84 Придание юридической силы документам на машинном носителе и машинограмме, создаваемым средствами вычислительной техники.

2. ГОСТ Р50681-94 «Проектирование туристских услуг».

3. ГОСТ 6.10.5-87 Унифицированные системы документации. Требования к построению формуляра-образца.

4. ГОСТ 17914-72. Обложки дел длительных сроков хранения. Технические условия.

5. ГОСТ 9327-60. Бумага и изделия из бумаги. Потребительские форматы.

6. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов.

7. ГОСТ Р 51141-98. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения.

8. ГОСТ Р 51511-2001. Печати с воспроизведением Государственного герба Российской Федерации. Форма, размеры и технические требования.

9. ГОСТ Р 50762-2010 Классификация предприятий общественного питания. Общие требования.

10. ГОСТ Р 50764-2009 Услуги общественного питания. Общие требования.

11. ОК-009-93. Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

12. ОК-016-94. Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

13. ОК-018-95. Общероссийский классификатор информации о населении.

14. ОК-019-95. Общероссийский классификатор объектов административно-территориального деления.

III Научно-методическая литература

Основная литература

1. Баженова, С.А. Развитие рекреационно-туристских услуг региона: организационно-экономический аспект [Текст]: моногр. - М.: ИД АТИСО, 2012.- 142 с.

2. Баранова, А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Текст]: учеб.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2012.- 180 с.: ил.- (Высшее образование:Бакалавриат).

3. Баранова, А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Текст]: учеб.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2012.- 180 с.: ил.- (Высшее образование:Бакалавриат).

4. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб.пособие. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012.- 232 с.

5. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм [Текст]: учеб.пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.- 222 с.: ил.- (ПРОФИЛЬ).

6. Брашнов, Д.Г. Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учеб.пособие/ Д.Г.Брашнов, Е.В. Мигунова. - М.: Флинта, 2013.- 224 с.

7. Брашнов, Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса [Текст]: учеб.пособие. - М.: Флинта, 2012.- 221 с.

8. Бутко, И.И. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб.пособие/ И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013.- 411 с.

9. Быстров, С.А. Организация туристской деятельности (управление турфирмой) [Текст]: учеб.пособие. - М.: Форум, 2013.- 400 с.: ил.- (Высшее образование:Бакалавриат).

10. Виноградова, Т.В. Технологии продаж турпродукта [Текст]: учебник. - М.: Академия, 2012.- 240 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование.Бакалавриат).
11. Грачева, О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст]: учеб.-практ. пособие / О.Ю. Грачева [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: Дашков и К, 2012.- 273 с.
12. Дурович, А.П. Реклама в туризме [Текст]: учеб.пособие. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2014.- 158 с.: ил.- (Высшее образование:Бакалавриат).
13. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст]: учеб.пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2013.- 192 с.: ил.- (Бакалавриат).
14. Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме [Текст]: учеб.пособие. - 2-е изд., доп. - М.: Форум, 2012.- 365 с.
15. Каурова, О.В. Бухгалтерский учет предприятия туристской индустрии [Текст]: учебник / О.В. Каурова, А.Н. Малолетко. - М.: КноРус, 2013.- 240 с.: ил.- (Бакалавриат).
16. Каурова, О.В. Финансово-экономический анализ предприятия туристской индустрии [Текст]: учеб.пособие/ О.В. Каурова, А.Н. Малолетко, Е.Н. Подсевалова. - М.: КноРус, 2012.- 215 с.
17. Кусков, А.С. Основы туризма [Текст]: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - 4-е изд., перераб. - М.: КноРус, 2013.- 400 с.: ил.- (Бакалавриат).
18. Кусков, А.С. Транспортное обеспечение в туризме [Текст]: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - М.: КноРус, 2014.- 356 с.
19. Окладникова, Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира [Текст]: учеб.пособие. - СПб.: КОРОНА принт, 2012.- 382 с.
20. Осипова, О.Я. Транспортное обслуживание в туризме [Текст]: учебник. - 6-е изд., перераб. - М.: Академия, 2012.- 400 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование.Бакалавриат).

21. Рындач, М.А. Основы туризма [Текст]: учеб.пособие. - М.: Дашков и К, 2012.- 204 с.
22. Саак, А.Э. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования [Текст]: учеб.пособие/ А.Э.Саак, Е.В. Жертовская. - М.: КУРС, 2013.- 304 с.
23. Саполгина, Л.А. Бухгалтерский учет и налогообложение в туристической фирме [Текст]: учеб.пособие. - М.: КноРус, 2014.- 160 с.
24. Соколова, М.В. История туризма [Текст]: учеб.пособие. - 7-е изд., испр. - М.: Академия, 2012.- 352 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование.Бакалавриат).
25. Старовойтенко, О.А. Теория туризма [Текст]: [моногр.]. - М., Воронеж: МОДЭК, 2012.- 799 с.: ил.- (Культура и туризм).
26. Черевичко, Т.В. Экономика туризма [Текст]: учеб.пособие. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012.- 263 с.
27. Чудновский, А.Д. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства [Текст]: учеб.пособие/ А.Д.Чудновский, Ю.М. Белозерова. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012.- 336 с.: ил.- (Высшее образование).
28. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб.пособие/ А.Д.Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: КноРус, 2014.- 438 с.
29. Шимова, О.С. Основы устойчивого туризма [Текст]: учеб.пособие. - Минск: Новое знание, 2012.- 189 с.: ил.- (Высшее образование).
30. Экономика. Менеджмент. Туризм [Текст]: сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-практ. конф / под ред. Е.Г. Пономаревой. - М.: ИД АТИСО, 2012.- 214 с.

Дополнительная литература

1. Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб. / Ю.Н.Абабков [и др.]. - М.: ИНФРА-М, 2011.- 213 с.: ил.- (Высшее образование).
2. Бессараб, Д.А. География международного туризма. В 2 ч. Ч. 1. Туристическое страноведение [Текст]: пособие для студентов вузов /

Д.А.Бессараб, Л.В. Штефан. - Минск: ТетраСистемс, 2011.- 141 с.: ил.- (География путешествий и туризма).

3. Бутко, И.И. Туризм. Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах [Текст]: учеб.пособие/ И.И. Бутко [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д.: МарТ, 2010.- 332 с.: ил.- (Туризм и сервис).

4. Бутко, И.И. Туризм. Транспортные туры и круизы [Текст]: учеб.пособие. - Ростов н/Д.: МарТ, 2010.- 331 с.: ил.- (Туризм и сервис).

5. Бутко, И.И. Туристический бизнес. Основы организации [Текст] / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. - Ростов н/Д.: Феникс, 2007.- 383 с.: ил.- (Серия ""Бизнес-технологии"").

6. Быстров, С.А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика + CD [Текст]: [учеб.пособие] / С.А. Быстров, М.Г. Воронцова. - М., СПб: Герда, 2008.- 464 с.

7. Виноградова, Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии [Текст]: учеб. / Т.В. Виноградова, Н.Д. Загорин, Р.Ю. Тубелис. - М.: Академия, 2010.- 239 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование).

8. Власова, Т.И. Анимационный менеджмент в туризме [Текст]: учеб.пособие/ Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. - М.: Академия, 2010.- 316 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование).

9. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм. [Текст]. - М.: ЮНИТИ, 2007.- 255 с.

10. Ветитнев, А.М. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника [Текст]: учеб.пособие/ А.М.Ветитнев, В. Коваленко, В.В. Коваленко. - М.: Форум, 2010.- 399 с.: ил.- (Высшее образование).

11. Ветитнев, А.М. Лечебный туризм [Текст]: учеб.пособие. - М.: Форум, 2010.- 590 с.: ил.- (Высшее образование).

12. Веткин, В.А. Технология создания турпродукта. Пакетные туры [Текст]: учеб.-метод. пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2010.- 239 с.

13. Грицкевич, В.П. История туризма в древности. [Текст]. - М.: Герда, 2005.- 326 с.
14. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе [Текст]: учеб.пособие. - М.: Дашков и К, 2011.- 71 с.
15. Деятельность компаний - перевозчиков: индустрия туризма [Текст]: правовые акты / сост. Г.М. Дехтярь. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 107 с.- (Серия "Индустрия туризма").
16. Дехтярь, Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме [Текст]: учеб. пособие.. - М.: Финансы и статистика, 2003.- 254 с.
17. Дехтярь, Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. [Текст]. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 256 с.
18. Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка [Электронный ресурс]: электрон.учебник/ М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. - 2-е изд., 1электр. опт. диск (CD-ROM). - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011
19. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2010.- 315 с.: ил.- (Высшее образование).
20. Европейский гостиничный маркетинг [Текст]: учеб.пособие / пер. Е.Ю. Драгньш. - М.: Финансы и статистика, 2003.- 224 с.
21. Зайцева, Н.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Текст]: учеб.пособие/ Н.А. Зайцева, А.А. Ларионова. - М.: Альфа-М, 2011.- 318 с.
22. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст]: учеб.. - М.: Финансы и статистика, 2011.- 267 с.
23. Иванов, А.А. История российского туризма (IX - XX вв.) [Текст]: учеб.пособие. - М.: Форум, 2011.- 319 с.: ил.- (Высшее образование).
24. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности [Текст]: учеб. - Изд. 2-е, перераб. и доп.. - М.: Финансы и статистика, 2007.- 240 с.
25. Качмарек, Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление [Текст]: учеб.пособие/ Я.Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. - Пер. с польск. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.- 495 с.: ил.- (Серия ""Зарубежный учебник"").

26. Квартальнов, В.А. Стратегический менеджмент в туризме. Современный опыт управления. [Текст]. - М.: Финансы и статистика, 2000.- 491 с.
27. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]. - Изд. 2-е, перераб.. - М.: Финансы и статистика, 2007.- 335 с.
28. Козырева, Т.В. Компьютерная мини-бухгалтерия в туристской фирме [Текст]: учеб.пособие/ Т.В. Козырева, Л.А. Родигин. - М.: Финансы и статистика, 1999.- 144 с.: ил.- (Менеджмент и экономика туризма).
29. Козырева, Т.В. Управленческий учет в туризме [Текст]: монография. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 160 с.
30. Козырева, Т.В. Учет издержек в туризме [Текст]: учеб.пособие. - М.: Финансы и статистика, 2000.- 224 с.: ил.- (Менеджмент и экономика туризма).
31. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: электрон. учебник / Ф.Котлер, Джон Боуэн, Д. Мейкенз. - 4-е издание;1 электрон.опт.диск (CD-ROM). - М.: ЮНИТИ, 2011
32. Крутик, А.Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб. пособие / А.Б.Крутик, М.В. Решетова. - 2-е изд., стер.. - М.: Академия, 2010.- 217 с.: ил.- (Серия ""Высшее профессиональное образование"").
33. Кусков, А.С. Основы туризма [Электронный ресурс]: электр. учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - 1 электр. опт.диск (CD-ROM). - М.: КноРус, 2011
34. Кусков, А.С. Туристский бизнес [Текст]: словарь-справочник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. - М.: Форум, 2011.- 383 с.
35. Кусков, А.С. Туристское ресурсоведение [Текст]: учеб.пособие. - М.: Академия, 2008.- 208 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование).
36. Локотко, А.И. Туристическая мозаика Беларуси [Текст] / А.И.Локотко [и др.]. - Минск: Беларуская навука, 2011.- 640 с.
37. Матюхина, Ю.А. Организация туристской индустрии [Текст]: учеб.пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011.- 299 с.: ил.- (ПРОФИЛЬ).

38. Морозов, М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб. - 5-е изд., стер. - М.: Академия, 2009.- 288 с.: ил.- (Высшее профессиональное образование).
39. Молодежь - надежда планеты! [Текст]: материалы науч. студ. конф. 9 ноября 2001г. / под ред. А.А. Шулуca. - М.: АТ и СО, 2002.- 92 с.
40. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой [Текст]: учеб.. - М.: Финансы и статистика, 2000.- 204 с.
41. Мохова, Ю.А. Турфирма. С чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим [Текст] / Ю.А. Мохова, Г.А. Мохов. - М., СПб: Питер, 2011.- 237 с.: ил.- (Начать и преуспеть).
42. Папирян, Г.А. Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме. [Текст]. - М.: Финансы и статистика, 2000.- 158 с.
43. Персонал туристской индустрии. Должностные и производственные инструкции [Текст] / Л.В.Труханович, Д.Л. Щур. - М.: Финпресс, 2008.- 159 с.- (Персонал организации).
44. Простаков, И.В. Иностраные термины в турбизнесе [Текст]: краткий толковый словарь.. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 127 с.
45. Розанова, Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Текст]: практикум / Т.П. Розанова, Т.В. Муртузалиева. - М.: Дашков и К, 2011.- 130 с.
46. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб.пособие/ А.Э.Саак, Ю.А. Пшеничных. - М., СПб: Питер, 2010.- 512 с.: ил.- (Серия ""Учебное пособие"").
47. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст]: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 397 с.
48. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Текст]: учеб.пособие. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011.- 493 с.
49. Скобкин, С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма [Текст]: учеб.пособие. - М.: Магистр, 2011.- 431 с.
50. Соболева, Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы [Текст]: учеб.пособие/ Е.А. Соболева, И.И. Соболев. - М.: Финансы и статистика, 2001.- 124 с.: ил.- (Менеджмент и экономика туризма).

51. Соколова, Н.А. Туризм в Российской Федерации: правовое регулирование [Текст]: учеб. пособие. - М.: ВолтерсКлувер, 2010.- 210 с.
52. Соколова, М.В. Мировая культура и искусство [Текст]: учеб. пособие. - 2-е изд., испр. и доп.. - М.: Академия, 2006.- 365 с.: ил.- (Серия ""Высшее профессиональное образование"").
53. Сухов, Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве [Текст]: учеб. пособие. - Ростов н/Д.: МарТ, 2010.- 366 с.: ил.- (Туризм и сервис).
54. Тарасенок, А.И. Геоэкономика туризма [Текст]: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2011.- 271 с.: ил.- (Высшее образование).
55. Туризм и гостиничное хозяйство [Текст]: учеб. пособие / под ред. Л.П. Шматько. - Изд. 3-е, испр. и доп.. - М.: МарТ, 2007.- 346 с.
56. Уокер, Д.Р. Введение в гостеприимство [Текст]: учеб. пособие. - 4-е изд.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.- 711 с.: ил.- (Серия ""Зарубежный учебник"").
57. Уокер, Д.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс [Текст]: учеб. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.- 849 с.: ил.- (Серия ""Зарубежный учебник"").
58. Ушаков, Д.С. Экономика туристской отрасли [Текст]: учеб. пособие. - Ростов н/Д.: МарТ, 2010.- 446 с.: ил.- (Туризм и сервис).
59. Христов, Т.Т. Религиозный туризм [Текст]: учеб. пособие. - 2-е изд., испр.. - М.: Академия, 2005.- 287 с.: ил.- (Серия ""Высшее профессиональное образование"").
60. Чудновский, А.Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления [Текст]: учеб. пособие/ А.Д.Чудновский [и др.]. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011.- 399 с.: ил.- (Высшее образование).
61. Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме [Текст]: учеб. пособие. - 4-е изд., стер. - М.: КноРус, 2011.- 101 с.
62. Экология, охота и рыболовство: индустрия туризма [Текст]: правовые акты / сост. Г.М. Дехтярь. - М.: Финансы и статистика, 2005.- 303 с.- (Серия "Индустрия туризма").
63. Экономика и организация туризма: международный туризм [Текст]: учеб. пособие / под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаев, Е.Л. Драчевой. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: КноРус, 2010.- 565 с.

64. Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. Российский и международный опыт [Текст] / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова. - М.: Финансы и статистика, 2003.- 415 с.