

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Проректор
по УМР

А.А.Панфилов

« 26 » 01 2016
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТУРАГЕНТСКАЯ И ТУРОПЕРАТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

Профиль

Уровень высшего образования бакалавр

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	2 зач. ед /72 час.	18	18		36	зачет
3	3 зач. ед /108 час	18	18		72	Зачет /курсовая работа
4	4 зач. ед /144 час	18	36		54	Экзамен (36 час)
Итого	9 зач. ед /324 час	54	72		162	Зачет /курсовая работа, зачет, экзамен 36

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Турагентская и туроператорская деятельность» заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», системы знаний о структуре туристской отрасли, специфики предприятий туристской индустрии. Задачами курса выступают ознакомление студентов с основными сегментами современной туристской индустрии и особенностях их взаимодействия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

В структуре ОПОП бакалавриата направления подготовки 43.03.02 «Туризм» курс «Турагентская и туроператорская деятельность» занимает важное место среди дисциплин базовой части.

Предмет «Турагентская и туроператорская деятельность» имеет логические и содержательно-методологические взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии», «Основы туризма», «Стандартизация и сертификация в туристской индустрии», «Страхование в туризме», «Организация туристской индустрии». Все вышеперечисленные предметы позволяют раскрыть специфику современной туристской деятельности. Изучаемая дисциплина имеет логическую связь с практической деятельностью.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения данной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования

знать: содержание основных нормативных документов, регулирующих развитие туристской деятельности (ОК- 5, ПК-6); основные сегменты туристской индустрии с учетом современных условий (ОК-4, ПК-1); основные направления развития рынка туристских услуг (ОК-4, ОК-5, ПК-1, ПК-9);

уметь: использовать полученные знания в современной туристской деятельности (ОК-5, ОПК-2, ОПК-3, ПК-3, ПК-6); ориентироваться в специфике взаимодействия основных сегментов туристской индустрии (ОПК-2, ОПК-3, ПК-3, ПК-6, ПК-9).

владеть: теоретическими знаниями в области современной туристской деятельности (ОК-4, ОК-5, ПК-2); методами анализа особенностей развития современных сегментов (направлений) туристской индустрии (ОК-5, ПК-1, ПК-3).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часов.

Тематический план курса 2 семестр

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы, коллоквиумы	СРС	КП / КР		
1	Раздел 1 <i>Сущность туроператорской деятельности в современных условиях</i>	2	1-6	6	6	-	-	12		4/ 33%	Рейтинг-контроль № 1
2	Раздел 2. <i>Сущность (специфика) турагентской деятельности в современных условиях.</i>	2	7-12	6	6			12		4 / 33%	Рейтинг-контроль № 2
3	Раздел 3. <i>Нормативно-законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности</i>	2	13-18	6	6			12		4 / 33%	Рейтинг-контроль № 3
Всего			18	18	18			36		12/ 33%	зачет

3 семестр

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы, коллоквиумы	СРС	КП / КР		
1	Раздел 4. <i>Деятельность туристской фирмы (предприятия): документооборот и кадровая политика.</i>	3	1-6	6	6	-	-	24		4/ 33%	Рейтинг-контроль № 1
2	Раздел 5. <i>Деятельность туристской фирмы (предприятия): специфика работы с клиентом.</i>	3	7-12	6	6			24		4 / 33%	Рейтинг-контроль № 2
3	Раздел 6. <i>Туристские формальности и страхование в туризме</i>	3	13-18	6	6			24		4 / 33%	Рейтинг-контроль № 3
Всего			18	18	18			72		12/ 33%	зачет

4 семестр

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы, коллоквиумы	СРС	КП / КР		
1	Раздел 7. Технология формирования туристского продукта	4	1-6	6	12	-	-	12		6/ 33%	Рейтинг-контроль № 1
2	Раздел 8. Технология продаж и продвижения турпродукта	4	7-12	6	12			18		6 / 33%	Рейтинг-контроль № 2
3	Раздел 9. Инновационные подходы в современной туристской деятельности	4	13-18	6	12			24		6 / 33%	Рейтинг-контроль № 3
Всего			18	18	36			54		18/ 33%	Экзамен (36 час)
Все за три семестра			2, 3, 4	54	54	72		162		42/ 33%	Зачет, зачет, курсовая работа, экзамен

Содержание дисциплины

Введение. Цели и задачи курса дисциплины, ее место в учебном процессе

Раздел 1 Сущность туроператорской деятельности в современных условиях

Понятие туроператорской деятельности. Субъекты туроператорской деятельности. Место туроператора на туристском рынке. Соотношение понятий «тур»-«турпродукт», «турпакет» в аспекте туроператорской деятельности.

Специфика туроператорской деятельности. Функции туроператоров. Организационные принципы туроператорской деятельности. Особенности развития туроператорской деятельности в России

Особенности классификации туроператоров. Профиль работы туристического оператора. Единый федеральный реестр туроператоров. Крупнейшие туроператоры в РФ. Крупнейшие туроператоры в мире

Раздел 2. Сущность (специфика) турагентской деятельности в современных условиях.

Понятие турагентской деятельности. Субъекты турагентской деятельности. Место турагента на туристском рынке. Основные понятия, используемые в современной турагентской деятельности

Принципы взаимодействия турагентства с туроператором. Функции и технология работы туристских агентств. Направления деятельности турагента.

Классификация (виды) турагентств. Агентские сети в туризме. Ведущие туристские агентства России: характеристика деятельности.

Раздел 3. Нормативно-законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности

Основные нормативные правовые акты, регулирующие туроператорскую и турагентскую деятельность. Нормативно-законодательная база федерального, областного, муниципального уровня по регулированию туризма.

Современная государственная политика в сфере деятельности туристских предприятий. Особенности стандартизации туристской деятельности Стандарты качества туроператорских и турагентских услуг.

Раздел 4. Деятельность туристской фирмы (предприятия): документооборот и кадровая политика.

Терминология основных понятий в области современного делопроизводства. Документооборот туристского предприятия: схематический анализ выделение основных блоков. Организационная документация: правила и нормы оформления. Документы Распорядительные документы: особенности оформления. Система справочно-информационной документации. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций. Основные документы, регламентирующие управление персоналом. Должностная сетка турфирмы: примерные должностные инструкции. Особенности формирования наружного и внутреннего облика туристского предприятия. Имидж турфирмы.

Раздел 5. Деятельность туристской фирмы (предприятия): специфика работы с клиентом.

Типология клиентской базы (клиентов). Классы обслуживания клиентов (потребителей). Методы отбора персонала для туристского обслуживания. Специфика туристской коммуникации: менеджер - потребитель (клиент). Порядок предоставления информации клиенту. Индивидуальный клиент: специфика работы. Решение конфликтных ситуаций (с потребителем-клиентом).

Раздел 6. Туристские формальности и страхование в туризме

Терминология туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности. Таможенные формальности. Валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности. Виды страхования в туризме. Страхование международных туристских услуг.

Раздел 7. Технология формирования туристского продукта

Понятие «турпродукт». Классификация турпродуктов. Нормативно-правовые основы формирования турпродукта. Стандарты и документационное обеспечение

проектирования. Схема формирования турпродукта. Составляющие туристского продукта (выделение и прохождение основных технологических этапов). Общие критерии оценки экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта.

Раздел 8. Технология продаж и продвижения турпродукта

Специфика продаж в современном турбизнесе. Ценовая политика как этап технологии продаж в туристской индустрии. Сбытовая сеть: подбор партнеров по сбыту. Особенности рекламной деятельности – продвижение турпродукта на рынке. Роль выставок в продвижении турпродукта.

Раздел 9. Инновационные подходы в современной туристской деятельности

Сущность и функции инновационной деятельности в туризме. Организация инновационного менеджмента и маркетинга. Использование информационных технологий в развитии индустрии туризма.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Пример использования основных активных и интерактивных методов в лекционных и практических занятиях (аудиторные занятия) по разделам

Раздел	Метод (форма)	Общее Количество часов (по разделам)
Раздел 1 Сущность туроператорской деятельности в современных условиях	Проблемное обучение Информационно-коммуникационные технологии	2
Раздел 2. Специфика турагентской деятельности в современных условиях	Проблемное обучение Информационно-коммуникационные технологии.	2
Раздел 3. Нормативно-законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности.	Проблемное Обучение Информационно-коммуникационные технологии Обучение на основе опыта	2
Раздел 4. Деятельность туристской фирмы (предприятия): документооборот и кадровая политика.	Проблемное Обучение Информационно-коммуникационные технологии Работа в малых группах	2
Раздел 5. Деятельность туристской фирмы (предприятия): специфика работы с клиентом.	Информационно-коммуникационные технологии Работа в малых группах	2
Раздел 6. Туристские формальности и страхование в туризме	Проблемное обучение Информационно-коммуникационные технологии	2
Раздел 7. Технология формирования туристского продукта	Информационно-коммуникационные технологии Проблемное Обучение	4
Раздел 8. Технология продаж и продвижения турпродукта	Информационно-коммуникационные технологии Обучение на основе опыта	4
Раздел 9. Инновационные подходы в современной туристской деятельности	Проблемное Обучение Информационно-коммуникационные технологии Работа в малых группах	4

Основные виды учебной работы по дисциплине: проблемные лекции, лекции и практические занятия с применением ИКТ, лекция – дискуссия активные методы проведения занятий, занятия за круглым столом, обучение с широким использованием ситуационных задач.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять **не менее 20 %** аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 40 % аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

Удельный вес занятий проводимых в интерактивных формах составляет по данному курсу 33 % (за три семестра) Так, в данном курсе при чтении лекций следует широко использовать разнообразные наглядные учебные пособия (раздаточный материал) и (учебные видеоматериалы, электронные портфолио, слайд-шоу и т.д.). Ряд лекционных и практических занятий предполагает совмещение тех или иных методов, как правило это проблемная лекция с применением методов ИКТ.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помощь в написании курсовой работы и при выполнении практического проекта экспозиции) и индивидуальную работу студента с ПК и в сети INTERNET (разработка индивидуальных электронных портфолио, мультимедиа презентации выставки), а также работу научной библиотеке ВлГУ (электронные ресурсы), в архиве Владимирской области и в областной научной библиотек.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

(2 семестр)

Рейтинг-контроль № 1

(задание 1-2. Подготавливается в рамках аудиторного практического занятия).

Задание 1.

Составить ответы на вопросы с указанием примеров из современной практики.

По виду деятельности Туроператоры подразделяются на:...

По месту деятельности туроператоры подразделяются на:....

Задание 2.

Составить *схему* функции современного туроператора

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Характеристика монопрофильного или многопрофильного туроператора (на примере России)

Рейтинг-контроль № 2

Задание 1.

Составить тематическую таблицу классификация турагентов (на основе практических примеров)

Задание 2.

Составить *схему* функции современного турагента

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Характеристика ведущих турагентов (на примере России).

Рейтинг-контроль № 3

Задание 1.

Составление аннотированного конспекта ГОСТов, регулирующих современную туристскую деятельность.

Задание 2.

Составить тематическую таблицу на основе современных законодательных актов
Права и обязанности туриста (потребителя)
Прав и обязанности туроператоров

(семестр 3)

Рейтинг-контроль 1.

Задание 1.

Составить таблицу (с аннотированными разъяснениями на нормативно-правовые акты РФ профессиональной направленности)

Порядок образования туристской фирмы.

Задание 2.

Выявить важные качества менеджера турфирмы (особенности кадровой политики турпредприятия) .

подготовить мульти-медиа презентацию на основе данных по определённой турфирме

Задание 3.

Фирменный стиль турфирмы: подготовка логотипа и лозунга и отражение его в рекламной компании : подготовка индивидуальных разработок – *(возможно в формате графического рисунка или мульти-медиа презентации).*

Рейтинг-контроль 2.

Задание 1.

Рассмотреть и предложить решение конфликтных ситуаций в туризме (с потребителем-клиентом). *(Задание подготавливается по подгруппам в составе 5-6 человек)*

Задание 2.

Составить таблицу «Классы обслуживания клиентов (потребителей) на примере российской практике»).

Рейтинг-контроль 3

Задание 1.

Раскрыть понятия:

- Объект туристского предложения
- Спрос на туристские услуги
- Туристская услуга
- Страхование
- «договор страхования»
- Страховой риск

Задание 2.

Предложить и рассмотреть страховой случай в страховании туристов от несчастных случаев. *(Задание подготавливается по подгруппам в составе 5-6 человек)*

Задание 3.

Примерный итоговый тест

1. Турист заключил договор страхования и оплатил его. Какие из перечисленных документов он обязательно должны получить от страховой компании:

- а). Страховой полис
- б). Договор страхования
- в) Правила страхования
- д). Рекламные материалы

2. Качество обслуживания в туристических организациях зависит от умения персонала:

- a) распознать и оценить требования каждого клиента к оказываемому обслуживанию
- b) оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания
- c) оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания
- d) все ответы верны

3. Клиент, впервые обратившийся в данную турфирму:

- a) ветеран
- b) лид
- c) активный турист
- d) пассивный турист

4. Положительная реакция потребителя на обслуживание способствует:

- a) выплате чаевых
- b) восстановлению его здоровья
- c) большему потреблению пищи
- d) быстрому отъезду туриста

5. Цели кадрового планирования (выберите правильные варианты):

- a) обеспечение производственного процесса организации персоналом с учетом необходимой численности и качества;
- б) эффективная организация работы с персоналом как в краткосрочном (комплектование персонала), так и в долгосрочном (развитие персонала) аспектах;
- в) организация работы службы управления персоналом.

6. Какие аспекты не включает общая характеристика туристов:

- a) возраст, образование и социальная принадлежность;
- б) менталитет, конфессия;
- в) доход, семейное положение, тип работы;
- г) наличие фобий и аллергий;
- д) продолжительность отпуска, уровень здоровья

(семестр 4)

Рейтинг-контроль 1

1 задание

Организация поэтапной работы по формированию турпродукта: составление схемы-таблицы с характеристикой каждого этапа с учетом современных этапов.

2 задание

Правила составления договоров (Оформление туристской документации).

3 задание

Калькуляция стоимости тура (специфика расчета).

Рейтинг-контроль 2.

1 задание

Каналы распределения туристского продукта: составить аннотированную таблицу.

2 задание

Правовые основы реализации туристского продукта. Специфика составления документации.

3 задание

Оценка эффективности рекламной компании по сбыту продукта на туристском рынке

Рейтинг-контроль 3.

Задание 1.

Интернет-технологии в современной туристской деятельности.

Задание 2.

Разработка турпродукта для туррынка РФ (регион может быть скорректирован с учетом интересов студентов)

Темы курсовых работ

(3 семестр)

1. Место туроператора на туристском рынке, его функции
2. Турагент: понятие, классификация, функции
3. Технологии взаимоотношений туроператора и турагентства
4. Классы обслуживания в туризме
5. Основные документы туристской фирмы.
6. Принципы построения и организационная структура туристской фирмы.
7. Организация работы турфирмы с клиентом.
8. Персонал туристской фирмы. Квалификационные требования
9. Особенности работы туристской фирмы на рынке внутреннего туризма.
10. Особенности работы туристской фирмы на рынке въездного туризма.
11. Туристские услуги, их состав.
12. Туристские формальности (специфика).
13. Сегментация туристского рынка
14. Рекреационное районирование России.
15. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.
16. Права и обязанности туриста
17. Инфраструктура туризма (специфика сегментации)
18. Концепции развития туризма (на примере России)
19. Стандарты качества туроператорских услуг.
20. Нормативно-законодательные основы туроператорской деятельности
21. Стандарты качества турагентских услуг.
22. Анализ внутренней и внешней среды туристского предприятия.
23. Технологические схемы работы туроператора с авиапредприятиями.
24. Технологические схемы работы туроператора с отелями.
25. Технологические схемы работы туроператора с ж/д и автотранспортными предприятиями
26. . Основные этапы проектирования туристического продукта

Зачет

Перечень примерных вопросов

(2 семестр)

1. Понятие туроператорской деятельности: современные терминологические подходы
2. Характеристика субъектов туроператорской деятельности.
3. Функции туроператоров: анализ с учетом современных условий.
4. Классификация туроператоров.
5. Характеристика крупнейших туроператоров в РФ.
6. Характеристика крупнейших туроператоров в мире.
7. Понятие турагентской деятельности: основная терминология.
8. Особенности взаимодействия турагентства с туроператором.
9. Классификация (виды) турагентств (с учетом современных условий).

10. Особенности формирования агентских сетей в туризме.
11. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
12. Специфика современного туристского рынка.
13. Нормативно-законодательная база федерального уровня по регулированию туризма.
14. Нормативно-законодательная база областного уровня по регулированию туризма.
15. Нормативно-законодательная база муниципального уровня по регулированию туризма.
16. Особенности стандартизации туристской деятельности.

Зачет

Перечень примерных вопросов

(3 семестр)

17. Документооборот туристского предприятия: схематический анализ
18. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.
19. Особенности формирования внутреннего облика туристского предприятия.
20. Концепция формирования имиджа турфирмы
21. Типология клиентской базы (клиентов).
22. Классы обслуживания клиентов (потребителей) в туризме.
23. Специфика отбора персонала для туристского обслуживания
24. Особенности работы с индивидуальным клиентом в турбизнесе.
25. Решение конфликтных ситуаций в туристской деятельности.
26. Виды туристских формальностей (общая классификация).
27. Паспортно-визовые формальности.
28. Таможенные формальности.
29. Валютный контроль.
30. Санитарно-эпидемиологические формальности.
31. Виды страхования в туризме (классификация)
32. Страхование в туризме (российский опыт)
33. Страхование в туризме (международный опыт)
34. Лицензирование туристской деятельности.
35. Формальности по открытию туристского предприятия (с учетом современных условий)

Экзамен

(4 семестр)

Перечень примерных вопросов

1. Турпродукт: структурный анализ
2. Классификация турпродуктов (современные подходы)
3. Нормативно-правовые основы формирования турпродукта.
4. Документационное обеспечение туристского проектирования.
5. Схема формирования турпродукта
6. Общие критерии оценки экономической эффективности разработки турпродукта
7. Сбытовая сеть: подбор партнеров по сбыту.
8. Особенности рекламной деятельности – продвижение турпродукта на рынке.
9. Роль выставок в продвижении турпродукта (российский опыт).

10. Роль выставок в продвижении турпродукта (зарубежный опыт).
11. Сущность и функции инновационной деятельности в туризме.
12. Специфика инновационного туристского маркетинга.
13. Использование информационных технологий в развитии индустрии туризма.
14. Связи с общественностью в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта: PR-акции.
15. Анализ факторов, формирующих цену тура
16. Российские системы бронирования туров и турпродуктов.
17. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
18. Формы и методы продвижения турпродукта (с учетом современных условий)
19. Каталог туроператора как средство продвижения туристского продукта
20. Туристский продукт и его потребительские свойства
21. Туристский пакет: определение факторов, влияющие на его комплектацию.
22. Методы расчета стоимости туристского продукта.
23. Подготовка программы обслуживания клиентов
24. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта (нерекламные).
25. Использование Интернет-технологий для организации продажи турпродукта
26. Схемы сотрудничества туроператора с поставщиками услуг при организации туров.
27. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
28. Проектирование и технология организации религиозных туров. (на примере одного из видов туризма).
29. Факторы, оказывающие влияние на спрос в современном туризме.
30. Цели продвижения туристского продукта на современном рынке.

Задания для самостоятельной работы студентов

(2 семестр)

1. Организационно-правовые формы и формы собственности в сфере турдеятельности (региональный уровень).
2. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг (с учетом современных реалий).
3. Обеспечение безопасности туристов (анализ стандартов).
4. Формирование агентской сети.
5. Элементы туристского рынка

(3 семестр)

1. Система обеспечения кадрами в туристском бизнесе.
2. Лицензирование туристской деятельности.
3. Стратегия обслуживания клиентов
4. Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы.
5. Формальности по открытию туристского предприятия

(4 семестр)

- 1) Связи с общественностью в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта (PR-акции).
- 2) Организация продажи туров.
- 3) Участие в специализированных выставках.
- 4) Российские системы бронирования туров и турпродуктов.

- 5) . Факторы, формирующие цену тура

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная учебная литература

1. Кусков А.С. Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с.. - (Высшее образование). ISBN 978-5-91134-370-5 <http://znanium.com/bookread2.php?book=420366>
2. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: - (Профессиональное образование) ISBN 978-5-00091-141-9. <http://znanium.com/bookread2.php?book=518080>
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5— Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=552120>

Дополнительная литература

1. Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006294-5 <http://znanium.com/bookread2.php?book=369961>
2. Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006293-8 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=369959>
4. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 207 с. - ISBN 978-5-238-01519-4. <http://znanium.com/bookread2.php?book=391829>

Интернет ресурсы

1. <http://www.wttc.org> – официальный сайт Всемирного совета по путешествиям и туризму.
2. <http://www.world-tourism.org> – официальный сайт Всемирной туристской организации. World Tourism Organization UNWTO
3. <http://www.rata.ru> – официальный сайт Российского союза туриндустрии.
4. <http://www.unesco.org> – официальный сайт ЮНЕСКО

8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные аудитории должны быть оборудованы мультимедийными системами, , компьютерами (ноут-бук) экраном. Аудитория – 213-2, 217-2. Возможно применение переносного компьютерного оборудования (ноут-бук): 225-2.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины использованы:

Электронные мультимедийные средства обучения: Наборы слайдов и тематических фильмов по темам (6 шт)

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.02 Туризм

Рабочую программу составил кандидат исторических наук, доцент Черничкина В.А. *Н*

Рецензент (представитель работодателя) мен. дир. ООО Центр туризма "Академика-Верса-тур"
(место работы, должность, ФИО, подпись) *Владимир Александрович*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ИИИИ

Протокол № 6 от 26.01.16 года

Заведующий кафедрой *[подпись]* *Посорини С.В.*
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.02 Туризм

Протокол № 6 от 26.01.16 года

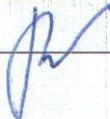
Председатель комиссии *[подпись]* *Посорини С.В.*
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2016-2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.16 года

Заведующий кафедрой _____



А.А. Морозов С.В.

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____