

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

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Туроперейтинг
(наименование дисциплины)

направление подготовки / специальность

43.03.02 «Туризм»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туристской деятельности»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Туроперейтинг» является формирование у студентов системы знаний о структуре туристской отрасли, специфики предприятий туристской индустрии. Углубление и расширение знаний полученных в предыдущем семестре, акцентировать внимание на формировании конкурентоспособного туристского продукта, совершенствовать работу турфирм и качество работы сотрудников туристского предприятия.

Задачи: углубление знаний студентов с сегментами современной туристской индустрии и особенностях их взаимодействия, изучение технологий формирования туристского продукта и взаимодействие с поставщиками услуг, организация и управление работой туристского предприятия в сфере индустрии гостеприимства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Туроперейтинг» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций).

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
ПК-1 Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение об организации туристской деятельности	ПК-1.1. Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.	Знает: -- структуру туристской фирмы: туристского агента и туроператора; -«Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии Умеет: - разрабатывать алгоритм туристского продукта, согласно запросам клиентов; - подбирать под разработанные программы квалифицированных сотрудников, согласно задач турфирмы. - определять качество услуг партнеров поставщиков туристских услуг Владеет: - способностью оценивать профессиональные возможности сотрудников и вести расстановку и распределение кадров согласно профессиональным стандартам	Практико-ориентированное задание

Продолжение таблицы

1	2	3	4
	<p>ПК-1.3. Формирует цель и задачи деятельности подразделений сервисной деятельности предприятия, организует их выполнение</p>	<p>Знает: - особенности обслуживания клиентов с учетом их потребностей. Умест: -разрабатывать и внедрять туристские маршруты, туры, согласно запросам и мотивациям потребителей; Владеет: - способностью оценивать обстановку на маршруте: искать, разрабатывать возможности выхода из сложных ситуаций (не изменяя программы туров)</p>	<p>Практико-ориентированное задание</p>
<p>ПК-2 Способен проектировать объекты туристской деятельности</p>	<p>ПК-2.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия.</p>	<p>Знает: - основные технологии проектирования туристского предприятия Умеет: - выстраивать систему взаимоотношений с поставщиками услуг, с учетом качественного выполнения договорных отношений Владеет: -- разработкой туристского продукта, владеть методами и технологиями проектирования</p>	<p>Ситуационное задание.</p>
<p>ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ПК-3.2. Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг</p>	<p>Знает: - технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; Умеет: - выбирать и применять эффективные технологии обслуживания туристов; Владеет: - навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта</p>	<p>Практико-ориентированное задание</p>

Продолжение таблицы

1	2	3	4
	ПК-3.3. Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	Знает: - особенности предприятий туристского бизнеса и требования к оказанию услуг гостеприимства Умеет: - определять качество, оказываемых туристских услуг с использованием информационных технологий Владеет: - методиками переговорной этики и эффективного общения с поставщиками услуг	Практико-ориентированное задание
ПК-7 Способен продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-7.2. Разрабатывает и внедряет программы стимулирования продажи услуг	Знает: - комплекс мер и мероприятий по эффективному продвижению турпродукта Умеет: проводить комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта; - составлять рекламную продукцию, каталоги, программы туров, листки информации. Владеет: - разработкой мероприятий для участия в выставочных, ярмарочных и др. мероприятиях; - разработкой плана мероприятий по продвижению туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках,	Ситуационное задание

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единицы, 288 часов.

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы Текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Раздел 1 Сущность туроператорской деятельности в современных условиях. Тема 1. Понятие туроператорской деятельности	4	1-2	2	2		2	4	
2	Тема 2. Особенности развития туроператорской деятельности в России	4	3-4	2	2		2	4	
3	Тема 3. Принципы взаимодействия турагентства с туроператором	4	5-6	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 1
4	Раздел 2 Нормативно- законодательные основы туроператорской деятельности Тема 4. Основные нормативные правовые акты, регулирующие туроператорскую деятельность	4	7-8	2	2		2	4	
5	Тема 5. Современные подходы к классификации туризма. Особенности классификации туроператоров	4	9-10	2	2		2	4	
6	Тема 6. Современная государственная политика в сфере деятельности туристских предприятий	4	11-12	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 2
7	Раздел 3. Туристские формальности Тема 7. Терминология туристских формальностей	4	13-14	2	2		2	4	
8	Тема 8. Страхование в туризме	4	15-16	2	2		2	4	
9	Тема 9. Кадровая политика туристского предприятия	4	17-18	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 4 семестр:				18	18		18	36	Зачет
10	Раздел 4. Деятельность туроператора (фирмы): организационные мероприятия по открытию фирмы Тема 10. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия	5	1-2	2	2		2	4	

11	Тема 11. Технологии пред реализационных процессов в сфере туризма	5	3-4	2	2		2	4	
12	Тема 12. Документооборот туристского предприятия	5	5-6	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 1
13	Раздел 5. Деятельность туроператора (фирмы): виды партнерских отношений Тема 13. Поставщики услуг	5	7-8	2	2		2	4	
14	Тема 14. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора	5	9-10	2	2		2	4	
15	Тема 15. Договора инициативного оператора	5	11-12	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 2
16	Раздел 6. Деятельность туроператора (фирмы): бизнес-планирование взаимоотношений с турагентствами Тема 16. Цель и задачи бизнес-планирования	5	13-14	2	2		2	4	
17	Тема 17. Виды партнерских отношений в зависимости от типа тура	5	15-16	2	2		2	4	
18	Тема 18. Классы обслуживания	5	17-18	2	2		2	4	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 5 семестр				18	18		18	36	Зачет
19	Раздел 7. Технология формирования туристского продукта Тема 19. Изучение рекреационных возможностей регионов	6	1-2	2	4		2	6	
20	Тема 20. Расчет стоимости турпродукта	6	3-4	2	4		2	6	
21	Раздел 8. Технология продвижения турпродукта Тема 21. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме	6	5-6	2	4		2	6	Рейтинг-контроль № 1
22	Тема 22. Реклама в Интернете	6	7-8	2	4		2	10	
23	Раздел 9. Технология продаж турпродукта. Тема 23. Работа с документами клиента и подписание договора	6	9-10	2	4		2	2	
24	Тема 24. Специфика работы с индивидуальным клиентом	6	11-12	2	4		2	2	Рейтинг-контроль № 2
25	Тема 25. Типология клиентской базы	6	13-14	2	4		2	4	
26	Тема 26. Работа с претензиями	6	15-16	2	4		2	4	
27	Раздел 10. Инновационные подходы в туроперейтинге. Тема 27. Инновационные подходы в туроперейтинге	6	17-18	2	4		2	14	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 6 семестр:				18	36		18	54	Экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине				54	72		54	126	Зачет, зачет, Экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

4 семестр

Раздел 1 Сущность туроператорской деятельности в современных условиях

Тема 1. 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.

Тема 2. Особенности развития туроператорской деятельности в России.

История туризма в мире и России. Периодизация развития туризма. Основные понятия, используемые в туроперейтинге. Принципы взаимодействия туроператоров

Тема 3. Принципы взаимодействия турагентства с туроператором.

Функции и технология работы туристских агентств. Направления деятельности турагента.

Раздел 2. Нормативно-законодательные основы туроператорской деятельности

Тема 4. Основные нормативные правовые акты, регулирующие туроператорскую деятельность.

Нормативно-законодательная база федерального, областного, муниципального уровня по регулированию туризма. Закон «Об основах туристической деятельности в РФ» от 24 ноября 1996 года. ГОСТы по видам туризма.

Тема 5. Современные подходы к классификации туризма. Особенности классификации туроператоров.

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

Тема 6. Современная государственная политика в сфере деятельности туристских предприятий.

Особенности стандартизации туристской деятельности. Стандарты качества туроператорских и турагентских услуг.

Раздел 3. Туристские формальности

Тема 7. Терминология туристских формальностей.

Паспортно-визовые формальности. Таможенные формальности. Валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности.

Тема 8. Страхование в туризме.

Виды страхования в туризме. Страхование международных туристских услуг.

Тема 9. 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.

5 семестр

Раздел 4. Деятельность туроператора (фирмы): организационные мероприятия по открытию фирмы.

Тема 10. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.

Организационные основы функционирования туристского предприятия. Основные нормативные правовые акты, регулирующие туроператорскую деятельность. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Гражданское право, регулирующее турагентскую деятельность. Административное

право, регулирующее турагентскую деятельность. Уголовное право, регулирующее туроператорскую деятельность.

Тема 11. Технологии пред реализационных процессов в сфере туризма.

Выбор офиса. Оборудование офиса. Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Ведение туристской отчетности.

Тема 12. Документооборот туристского предприятия: схематический анализ выделение основных блоков.

Организационная документация: правила и нормы оформления. Документы Распорядительные документы: особенности оформления. Система справочно-информационной документации.

Раздел 5. Деятельность туроператора (фирмы): виды партнерских отношений.

Тема 13. Поставщики услуг.

Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг, договор с туроператорами, туристами. Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов. Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами.

Тема 14. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора.

Договора с гостиничным предприятием (договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании); с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой.

Тема 15. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией.

Аренда самолета – чартер. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом. Особенности страхования в туризме.

Раздел 6. Деятельность туроператора (фирмы): бизнес-планирование взаимоотношений с турагентствами.

Тема 16. Цель и задачи бизнес-планирования.

Классификация (виды) турагентств. Агентские сети в туризме. Ведущие туристские агентства России: характеристика деятельности. Этапы создания и основные требования к содержанию бизнес-плана. Описание бизнеса взаимоотношений. Перечень целей и задач, сопроводительная информация, концепция, ресурсы, управление, финансовые ожидания предприятия. Описание продукта, анализ ситуации на рынке, конкуренты, стратегия, риски, персонал. Финансовый продукт и необходимое документальное сопровождение бизнес-плана туристского предприятия.

Тема 17. Виды партнерских отношений в зависимости от типа тура.

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

Тема 18. Классы обслуживания.

Классы «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания.

6 семестр

Раздел 7. Технология формирования туристского продукта

Тема 19. Изучение рекреационных возможностей регионов.

Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки
Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива не
уменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов - директоров ведущих ТО.

Тема 20. Расчет стоимости турпродукта.

Этапы работы ТО компании при формировании тура. Маркетинговые исследования
ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг.

Раздел 8 Технология продвижения турпродукта

Тема 21. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме.

Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама- инструмент
продвижения товара к потребителю. Разработка рекламной политики. Рекомендации при
планировании рекламной компании. Печатная реклама. Реклама на радио. Телевизионная
реклама.

Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте

Тема 22. Реклама в Интернете.

Сайт ТО. Интернет - рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рас-
сылки. Реклама в соцсетях. Интернет - рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содер-
жанию рассылки. Реклама в соцсетях. Участие ТО в поисковых системах - информационных
ресурсах ТА.

Туристические выставки. PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродук-
та. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.

Работа по привлечению ТА: создание франчайзинговых агентских сетей.

Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры.

Нестандартные приемы продвижения. Cross-promotion. Дисконтные карты. Почтовая
рассылка.

Раздел 9. Технология продаж турпродукта

Тема 23. Работа с документами клиента и подписание договора.

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

Тема 24. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).

Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодей-
ствия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги. Обслуживание
клиентов класса VIP. Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг. Основные
достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.

Тема 25. Типология клиентской базы (клиентов).

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

Тема 26. Работа с претензиями.

Объяснение взаимосвязей между видами и типичные поводы возникновения недо-
вольства туристов. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб тури-
стов во время отдыха. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного
операторов по решению проблем туристов. Документальное сопровождение жалоб. Право-
вые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок
рассмотрения жалоб.

Раздел 10. Инновационные подходы в туроперейтинге.

Тема 27. Сущность и функции инновационной деятельности в туризме.

Организация инновационного менеджмента и маркетинга. Использование информационных технологий в развитии индустрии туризма.

Содержание практических занятий по дисциплине

4 семестр

Раздел 1 Сущность туроператорской деятельности в современных условиях.

Практическая работа № 1. Посещение турфирмы.

Посещение турфирмы и проведение анализа её деятельности по плану.

Практическая работа № 2. Туристские выставки.

Посещение турвыставки и проведение анализа представленных турфирм по плану.

Раздел 2. Нормативно- законодательные основы туроператорской деятельности

Практическая работа № 1. Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах

туристской деятельности в РФ».

Проанализируйте главу 1 закона. Сверните информацию каждого определения в формулу. Подготовьтесь к контрольной работе по понятиям.

Практическая работа № 2.Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Проанализируйте главы 2 -4 закона и запишите ответы на вопросы

Практическая работа № 3. Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Проанализируйте главу 5 закона и запишите ответы на вопросы.

Раздел 3. Туристские формальности

Практическая работа № 1 Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Проанализируйте главу 6 закона и запишите ответы на вопросы.

Практическая работа № 2 Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Проанализируйте главу 7 закона и запишите ответы на вопросы.

Практическая работа № 3 Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Изучите и проанализируйте «Памятку туристу» на предмет соответствия главе 7 закона. Оформите результаты в виде таблицы, сделайте выводы.

Практическая работа № 4 Изучение ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

Составьте «Памятку туристу» в соответствии с главой 7 закона. Оформите результаты в виде таблицы, сделайте выводы.

5 семестр

Раздел 4. Деятельность туроператора (фирмы): организационные мероприятия по открытию фирмы

Практическая работа № 1. Посещение турбазы.

Посещение турбазы и проведения анализа её уставной документации по плану.

Практическая работа № 2. Посещение гостиницы.

Посещение гостиницы и проведение анализа её деятельности по плану.

Раздел 5. Деятельность туроператора (фирмы): виды партнерских отношений

Практическая работа № 1. Подбор поставщиков услуг для познавательного тура.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура. Хостел «Вау» (экскурсия).

Практическая работа №2.Подбор поставщиков услуг для паломнического тура.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура. Паломнический центр Владимирской епархии (экскурсия).

Практическая работа № 3. Подбор поставщиков услуг для образовательного тура.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура. Детский центр туризма (экскурсия).

Практическая работа № 4. Подбор поставщиков услуг для активного тура.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура. Спортивный комплекс «Торпедо» (экскурсия).

Практическая работа № 5. Подбор поставщиков услуг для пакетного тура.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура. Гостиница Амакс Золотое кольцо (экскурсия).

Раздел 6. Деятельность туроператора (фирмы): бизнес-планирование взаимоотношений с турагентами

Практическая работа № 1. Составление бизнес-плана по реализации готового турпродукта при помощи турагентов.

Посещение турфирмы – турагента и проведения анализа её бизнес-плана по плану.

Практическая работа № 2. Составление бизнес-плана взаимодействия с турагентом по реализации нового турпродукта.

Посещение турфирмы – турагента и проведение анализа её деятельности по реализации нового турпродукта по плану.

6 семестр

Раздел 7. Технология формирования туристского продукта

Практическая работа № 1. Понятие турпродукта.

Провести анализ представленных турпродуктов въездного туризма на рынке Владимирской области по плану.

Практическая работа № 2. Понятие турпродукта.

Провести анализ представленных турпродуктов выездного туризма на рынке Владимирской области по плану.

Практическая работа № 3. Туристские ресурсы.

Провести анализ турресурсов въездного туризма на рынке Владимирской области по плану.

Практическая работа № 4. Стадии развития турпродукта.

Посещение турфирмы и проведение анализа предлагаемых турпродуктов по плану.

Раздел 8 Технология продвижения турпродукта

Практическая работа № 1. Разработка группового тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями турагента и записать его аббревиатурой. Анти-кафе (экскурсия).

Практическая работа № 2. Разработка романтического тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Загородный парк (экскурсия).

Практическая работа № 3. Разработка оздоровительного тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. ГАУ-ВО СОЦ «Олимп» (экскурсия).

Практическая работа № 4. Разработка познавательного тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Золотые ворота (экскурсия).

Практическая работа № 5. Разработка лечебного тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Санаторий «Заклязьменский» (экскурсия).

Практическая работа № 6. Разработка инклюзив-тура для клиента.

Разработать тур в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Боголюбово (экскурсия).

Раздел 9. Технология продаж турпродукта

Практическая работа № 1. Продажа группового тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Практическая работа № 2. Продажа романтического тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Практическая работа № 3. Продажа оздоровительного тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Практическая работа № 4. Продажа пакетного тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Практическая работа № 5. Продажа лечебного тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Практическая работа № 6. Продажа инклюзив-тура для клиента.

Рекламный тур для турагентов (экскурсия по маршруту тура).

Раздел 10. Инновационные подходы в туроперейтинге

Практическая работа № 1. Инновационные подходы в создании агентской базы.

Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта.

Рекламная политика ТО-Интернет, печатные издания, e-mail рассылка. Создание агентской базы. Турфирма (экскурсия).

Практическая работа № 2. Инновационные подходы в создании клиентской базы

Алгоритм маркетингового исследования в системе онлайн.

Составить рекламный буклет «Пять причин, чтобы работать с нами...» (направление по выбору студента).

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

5.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

4 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 туроператоров (на основе практических примеров)

Задание 2.

Составить схему взаимоотношений туроператоров

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Характеристика ведущих туроператорских холдингов (на мировом примере).

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)*
Права и обязанности туроператоров

5 семестр

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 мультимедиа 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 мультимедиа 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:

- a. Страховой полис
- b. Договор страхования
- c. Правила страхования

- d. 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;
 - b. эффективная организация работы с персоналом как в краткосрочном (комплектование персонала), так и в долгосрочном (развитие персонала) аспектах;
 - c. организация работы службы управления персоналом.
6. Какие аспекты не включает общая характеристика туристов:
- a. возраст, образование и социальная принадлежность;
 - b. менталитет, конфессия;
 - c. доход, семейное положение, тип работы;
 - d. наличие фобий и аллергий;
 - e. продолжительность отпуска, уровень здоровья

6 семестр

Рейтинг-контроль 1.

Задание 1.

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

Задание 2.

Правила составления договоров (Оформление туристской документации).

Задание 3.

Калькуляция стоимости тура (специфика расчета).

Рейтинг-контроль 2.

Задание 1.

Каналы распределения туристского продукта: составить аннотированную таблицу.

Задание 2.

Правовые основы реализации туристского продукта. Специфика составления документации.

Задание 3.

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)

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

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины – зачет, зачет, эк-замен

4 семестр

Перечень вопросов к зачету:

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 ту-

ризма.

14. Нормативно-законодательная база областного уровня по регулированию туризма.
15. Нормативно-законодательная база муниципального уровня по регулированию туризма.
16. Особенности стандартизации туристской деятельности.

5 семестр

Перечень вопросов к зачету:

1. Документооборот туристского предприятия: схематический анализ
2. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.
3. Особенности формирования внутреннего облика туристского предприятия.
4. Концепция формирования имиджа турфирмы
5. Типология клиентской базы (клиентов).
6. Классы обслуживания клиентов (потребителей) в туризме.
7. Специфика отбора персонала для туристского обслуживания
8. Особенности работы с индивидуальным клиентом в турбизнесе.
9. Решение конфликтных ситуаций в туристской деятельности.
10. Виды туристских формальностей (общая классификация).
11. Паспортно-визовые формальности.
12. Таможенные формальности.
13. Валютный контроль.
14. Санитарно-эпидемиологические формальности.
15. Виды страхования в туризме (классификация)
16. Страхование в туризме (российский опыт)
17. Страхование в туризме (международный опыт)
18. Лицензирование туристской деятельности.
19. Формальности по открытию туристского предприятия (с учетом современных условий).

6 семестр

Перечень вопросов к экзамену:

1. Значение туризма в жизни общества
2. Основные нормативные правовые акты, регулирующие турагентскую деятельность. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
3. Специфика туристского продукта
4. Туроператоры и турагенты на международном рынке
5. Факторы, условия и функции туризма.
6. Влияние туризма на жизнь общества.
7. Проблемные вопросы становления туризма в стране.
8. Требования к офису турфирмы.
9. Реклама турфирмы.
10. Формы и стили обслуживания клиентов.
11. Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы.
12. Конфликтология.
13. Реклама, как инструмент продвижения товара к потребителю. Классификация рекламы.

14. Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТОО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии.
15. Аудиореклама. Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама.
16. Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте
17. Реклама в Интернете. Сайт ТОО. Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.
18. Понятие турагентской деятельности. Субъекты турагентской деятельности.
19. Услуги питания в индустрии туризма.
20. Транспортные услуги.
21. Услуги размещения туристов.
22. Услуги музеев для туристов.
23. Услуги сувенирной индустрии для туристов.
24. Формирование стоимости туристских услуг.
25. Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов.
26. Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Ведение туристской отчетности.
27. Понятие и виды паспортов. Общегражданские и специальные заграничные паспорта.
28. Понятие визы и визовый запрос. Виды виз. Визовые ограничения.
29. Система поощрения покупок Tax-free и Duty-free. Правила ввоза и вывоза валюты.
30. Виды визовых режимов и особенности визового режима основных туристских направлений.
31. Понятие таможенного режима, виды таможенных режимов.
32. Таможенные правила провозки багажа и грузов.
33. Специфика технологии продаж туров.
34. Специфика технологии формирования спроса на туры.
35. Тенденции развития туристского спроса. История вопроса.
36. Тенденции развития туристского спроса. Характеристика массового потребителя.
37. Особенности технологии продаж в туризме.
38. Типы размещения туристов.
39. Классификация отелей.
40. Классификация типов питания туристов.
41. Гостевой цикл.
42. Страхование в туризме.
43. Формы страхования туристов.
44. Страховой полис.
45. Психология процесса общения.
46. Тактика обслуживания клиента.
47. Жалобы и конфликты.
48. Этика общения.
49. Специфические особенности туров.
50. Технология формирования группы на один тур.
51. Образовательный туризм
52. Культурно-познавательный туризм.
53. Религиозный туризм.
54. Паломнический туризм.
55. Деловой туризм.

56. Лечебный туризм.
57. Оздоровительный туризм.
58. Молодежный туризм.
59. Спортивный туризм.
60. Экологический туризм.
61. Агротуризм.
62. Событийный туризм.
63. Потребительский туризм.
64. Приключенческий туризм.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуально-го задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков:
- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите реферата, экзамене.

Вопросы самостоятельной работы студентов

1. Анализ договора между турагентом и туристом.
2. Мониторинг потребности в отдыхе друзей и знакомых.
3. Мониторинг стандартного состава пакета документов на тур.
4. Сравнительный анализ стандартного пакета документов на различные виды туров.
5. Подготовка пакета документов для оформления шенгенской визы.
6. Проведение исследования «Способы привлечения посетителей в турфирму»
7. «Выявление молодежных дестинаций во Владимирской области»
8. «Результативность различных поисковых систем»
9. Разработать план инфотура по выбранному студентом направлению.
10. Страхование в туризме (международный опыт)
11. Формальности по открытию туристского предприятия (с учетом современных условий).
12. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
13. Проектирование и технология организации религиозных туров. (на примере одного из видов туризма).
14. Факторы, оказывающие влияние на спрос в современном туризме.
15. Цели продвижения туристского продукта на современном рынке.
16. Роль выставок в продвижении турпродукта (зарубежный опыт).
17. Сущность и функции инновационной деятельности в туризме.
18. Специфика инновационного туристского маркетинга.
19. Использование информационных технологий в развитии индустрии туризма.
20. Связи с общественностью в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта: PR-акции

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
Основная литература		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Валеева, Е. О. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие / Е. О. Валеева. Саратов : Вузовское образование, 2021. 74 с.	2021	https://www.iprbookshop.ru/31940.html
2. Крепс, Т. В. Организация экскурсионного обслуживания в туристской деятельности : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Туризм» — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2019. 99 с. ISBN 978-5-93926-331-3.	2019	https://www.iprbookshop.ru/81859.html
3. Кусков, А.С. Технологии организации туроператорской деятельности : учебник / Кусков А.С., Сирик Н.В. — Москва : КноРус, 2018. 383 с. (для бакалавров). ISBN 978-5-406-05925-8.	2018	https://book.ru/book/926585
Дополнительная литература		
1. Косолапов А. Б. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. Москва : КНОРУС, 2018. 304 с. (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-05351-5	2018	https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29917026
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 366 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07713-1. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2021	https://urait.ru/bcode/472711

6.2. Периодические издания

1. Туризм и гостеприимство ISSN 2524-2385 (online), ISSN 2410-3810 (print) - <https://ojs.polessu.by/TG/index>

2. Туризм: право и экономика - ISSN 1813-1212
<http://lawinfo.ru/catalog/magazines/turizm-pravo-i-ekonomika>

3. Российский научный журнал «Вестник Национальной академии туризма»
<http://vestnik.nat-moo.ru/ru/>

4. «Современные проблемы сервиса и туризма» <https://www.spst-journal.org/index/0-2>

6.3. 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://minstm.gov.ru> – официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ
5. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму
6. <https://tonkosti.ru/> - живая энциклопедия для путешественников: описания стран, курортов и отелей, отзывы туристов
7. <http://www.turist.rbc.ru> - Тематический сайт РБК о туризме
8. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - URL: <http://www.consultant.ru>;
9. Сайт научной библиотеки ВлГУ - URL:<http://library.vlsu.ru/>;
10. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus - URL:<http://www.scopus.com/>;
11. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science - URL: webofscience.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание:

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил зав.кадр.ТиС, к.п.ч.

Рецензент

(представитель работодателя): ген. директор ООО тур. фирма «Мост» Савельева Е.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры : ТиС

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Заведующий кафедрой ТиС

(ФИО, подпись)

Гужова Л.Г.

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

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Председатель комиссии

(ФИО, подпись)

Яресь О.Б.

