

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)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Яресь О.Б.
« 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности»
(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 «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности» 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 взаимодействия с поставщиками услуг, организация и управление работой туристского предприятия в сфере индустрии гостеприимства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина дисциплины «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению «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 содержания компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК1 Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение об организации туристской деятельности	ПК1 Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.	Знает: -особенности работы и структуру туроператорской и турагентской деятельности; -функциональные обязанности сотрудников туристской фирмы; Умеет: -формировать туристский продукт (по разрабатывать функциональные обязанности сотрудников фирмы в соответствии с поставленными задачами; -взаимодействовать с партнерами, поставщиками услуг; Владеет: -способностью оценивать профессиональные возможности сотрудников и вести расстановку и распределение кадров согласно профессиональным стандартам	Практико-ориентированное задание

1	2	3	4
	ПК-1.3. Формирует цель и задачи деятельности подразделений сервисной деятельности предприятия, организует их выполнение	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности обслуживания клиентов с учетом их потребностей. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать и внедрять туристские маршруты, туры, согласно запросам и мотивациям потребителей; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью оценивать обстановку на маршруте: искать, разрабатывать возможности выхода из сложных ситуаций (не изменяя программы туров) 	Практико-ориентированное задание
ПК-2 Способен проектировать объекты туристской деятельности	ПК-2.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -туристскую отрасль и ее структуру; -методы проектирования объектов туристской инфраструктуры. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> подбирать и проектировать конкурентоспособные объекты туристской инфраструктуры - выстраивать систему взаимоотношений с поставщиками услуг, с учетом качественного выполнения договорных отношений. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами и технологиями формирования проектирования туристского продукта; - навыками разрешения проблемных ситуации, возникающих в ходе реализации туристского продукта. 	Ситуационное задание.
ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать и применять эффективные технологии обслуживания туристов; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разрешения проблемных ситуации, возникающих в ходе реализации туристского продукта 	Практико-ориентированное задание

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	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности обслуживания потребителей с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций; - коммуникативные техники и технологии делового общения. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать систему взаимоотношений с клиентами с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками и приемами эффективных информационно-коммуникативных технологий по обслуживанию туристов; - методиками организации эффективного общения с потребителями 	Практико-ориентированное задание
ПК-7 Способен продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-7.2. Разрабатывает и внедряет программы стимулирования продажи услуг	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - комплекс мер и мероприятий по эффективному продвижению турпродукта <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> проводить комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта; - составлять рекламную продукцию, каталоги, программы туров, листки информации. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.	Тема 1. Основные понятия туристской деятельности. Туристская отрасль и ее структура	4	1-3	4	4			6	
2.	Тема 2. Организационно-правовые и законодательные аспекты деятельности туристских фирм.	4	4-5	2	2		2	6	
3.	Тема 3. Туристские формальности: паспортно-визовые, таможенные, валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности.	4	6-9	4	4		2	6	Рейтинг-контроль № 1
4.	Тема 4. Виды партнерских отношений между турагентом и туроператором.	4	10-12	4	4		2	6	Рейтинг-контроль № 2
5.	Тема 5. Алгоритм формирования тур-продукта	4	13-14	2	2		2	6	
6.	Тема 6. Пути продвижения туристского продукта.	4	15-18	2	2		2	6	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 4 семестр:				18	18		10	36	Зачет
7.	Тема 7. Организация и проведение туристского маршрута.	5	1-3	4	4		2	6	
8.	Тема 8. Мониторинг услуг рынка туризма.	5	4-5	2	2		2	6	
9.	Тема 9. Состояние туристского рынка России.	5	6-9	4	4		2	6	Рейтинг-контроль № 1
10.	Тема 10. Методики определения направленности деятельности турфирмы. Государственная регистрация.	5	10-12	4	4		2	6	Рейтинг-контроль № 2
11.	Тема 11. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.	5	13-14	2	2		2	6	
12.	Тема 12. Основные нормативные правовые акты, регулирующие туристскую деятельность	5	15-18	2	2		2	6	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 5 семестр:				18	18		12	36	Зачет
13.	Тема 13. Организационно-правовые основы туристского предприятия. Ведение	6	1-3	4	6		2	10	

	документации туристской фирмы.								
14.	Тема 14. Механизм формирования турпродукта и оценка его экономической эффективности.	6	4-5	2	6		2	10	
15.	Тема 15. Виды партнерских отношений с поставщиками и потребителями услуг. Страхование международных туристских услуг.	6	6-9	4	6		2	10	Рейтинг-контроль № 1
16.	Тема 16. Организация работы туристского предприятия. Структура туристской фирмы.	6	10-12	4	6		2	10	Рейтинг-контроль № 2
17.	Тема 17. Технология продаж туристского продукта. Стимулирование продаж.	6	13-14	2	6		2	8	
18.	Тема 18. Рекламная политика турфирмы как инструмент продвижения на туристском рынке	6	15-18	2	6		2	6	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 6 семестр:				18	36		12	54	Экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине				54	72		34	126	Зачет, зачет экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

4 семестр

Тема 1. Основные понятия туристской деятельности. Туристская отрасль и ее структура.

Туристские фирмы как важнейший элемент функционирования туристской отрасли. Понятие турагентской и туроператорской деятельности. Субъекты туроператорской деятельности. Место и специфика деятельности туроператора на туристском рынке. Функции туристских агентов. Организационные принципы туроператорской деятельности. Особенности развития туроператорской деятельности в России. История туризма в мире и России. Периодизация развития туризма.

Тема 2. Организационно-правовые и законодательные аспекты деятельности туристских фирм.

Основные нормативные правовые акты, регулирующие туроператорскую и турагентскую 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 3. Туристские формальности: паспортно-визовые, таможенные, валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности.

Страхование в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование международных туристских услуг.

Тема 4. Виды партнерских отношений между турагентом и туроператором.

Поставщики услуг. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг. Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами и поставщиками услуг. Классификация групп клиентов. Взаимоотношения с потребителями туристских услуг.

Тема 5. Алгоритм формирования турпродукта.

Алгоритм создания нового туристского продукта. Изучение рекреационных возможностей регионов России. Этапы работы ТО компании при формировании тура. Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг.

Тема 6. Пути продвижения туристского продукта.

Инновационные технологии. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме.

Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю

5 семестр

Тема 7. Организация и проведение туристского маршрута.

Формирования нитки маршрута (этапы выполнения турмаршрута). Организация маршрутов и туров.

Тема 8. Мониторинг услуг рынка туризма.

Основные параметры выездного, въездного и внутреннего туризма России. Причины.

Тема 9. Состояние туристского рынка России.

Основные, перспективные виды туризма по регионам, их состояние на современном этапе. Перспективы и прогнозы.

Тема 10. Методики определения направленности деятельности турфирмы. Государственная регистрация.

Региональное распределение туристских зон по оценке международного туризма. Динамика международных туристских прибытий. Прогнозы.

Тема 11. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.

Кадровый состав турфирмы. Профессионально-квалификационная характеристика должностей сотрудников туристского бизнеса Подбор и отбор кадров в турфирму. Собеседование и мониторинг специалистов, претендующих на должность. Схема оплаты труда и мотивации персонала в туристской фирме

Тема 12. Основные нормативные правовые акты, регулирующие турагентскую 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 турагентскую деятельность.

6 семестр

Тема 13. Организационно-правовые основы туристского предприятия. Ведение документации туристской фирмы.

Учредительные и разрешительные документы. Документы, относящиеся к разработке туров. Документы, выдаваемые туристам

Тема 14. Механизм формирования турпродукта и оценка его экономической эффективности.

Этапы создания нового конкурентоспособного туристского продукта. Обоснование выбора маршрута. Преимущества. Калькуляция себестоимости и ценообразование нового продукта.

Тема 15. Виды партнерских отношений с поставщиками и потребителями услуг. Страхование международных туристских услуг.

Организация переговоров с партнерами, согласование условия взаимодействия по реализации туристских продуктов. Качество услуг. Страхование в туризме. Виды страхования в туризме.

Тема 16. Организация работы туристского предприятия. Структура туристской фирмы.

Офисная деятельность, контроль за работой сотрудников. Организация тура и этапы работы. Организация и проведение пешеходного маршрута (похода). Безопасность на всех этапах работы. Ответственность сотрудников за сбой поставщиков услуг.

Тема 17. Технология продаж туристского продукта. Стимулирование продаж.

Работа с документами клиента и подписание договора. Типология клиентской базы (клиентов). Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур). Работа с претензиями.

Тема 18. Рекламная политика турфирмы как инструмент продвижения на туристском рынке.

Организационная схема формирования и проведения рекламной компании турфирмы. Каналы распространения рекламной информации о турфирме. Роль и значение выставочной деятельности.

Содержание практических занятий по дисциплине

4 семестр

Тема 1. Основные понятия туристской деятельности. Туристская отрасль и ее структура.

1. Туристские фирмы как основной элемент функционирования туристской отрасли. Основные функции турагенств. Роль туроператоров в туристской индустрии стран. Выделите основные отличия туроператорской и турагентской деятельности.

Заполнение таблицы. Результаты исследования представить в варианте таблицы.

2. Виды туристской деятельности. Взаимосвязь между туроператорами и туристскими агентами. Заключение договоров.

Заключение договора. Заключить договор между туроператорами и туристскими агентами.

Тема 2. Организационно-правовые и законодательные аспекты туристских фирм.

1. Ф3 132 «Об основах туристской деятельности в РФ». (ред. от 11.06.2021г).

Конспектирование документов. Конспект Ф3 132 «Об основах туристской деятельности в РФ». Тезисно.

2. Определение направленности и специфики деятельности турфирм.

Ф3 132 «Об основах туристской деятельности в РФ». (ред. от 11.06.2021г).

Конспектирование документов. Конспект Ф3 132 «Об основах туристской деятельности в РФ». Тезисно.

3. Изучение Ф3 от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (ред. от 11.06.2021г).

4. Изучите и проанализируйте «Памятку туристу» на предмет соответствия статье 6 закона «Права туриста».

Заполнение таблицы. Оформите результаты в виде таблицы, сделайте выводы

Тема 3. Туристские формальности: паспортно-визовые, таможенные, валютный кон

1. Страны тропического и экваториального климатического пояса их характеристика. Сложные санитарно-эпидемиологические условия.

Заполнение таблицы. «Страны со сложными санитарно-эпидемиологическими условиями. Меры предосторожности».

2. Страхование в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование международных туристских услуг. Ф3 132, статья 17.6 договор ответственности туроператора.

ПР.Р. Подобрать страховку для разных групп населения. Выполнить комплексную работу.

Тема 4. Виды партнерских отношений между турагентом и туроператором.

1. Экскурсия «Паломнический Центр Владимирской епархии».

Подбор поставщиков услуг для паломнического тура.

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

2. Подбор поставщиков услуг для пакетного тура.

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

Составить таблицу «Объекты проживания туристов во Владимире».

Тема 5. Алгоритм формирования турпродукта.

1. Понятие турпродукта. Основные составляющие: места размещения, питания, развлечения, объекты экскурсионного показа, транспорт. Качество оказания услуг. Провести анализ представленных туристских продуктов на рынке услуг Владимирской области по плану.

Составление диаграмм. На основе статистики и исследований построить диаграммы. Сделайте выводы и обобщения.

2. Зарубежные турпродукты в странах Западной Европы и Азии (по выбору).

Провести анализ представленных туристских продуктов выездного туризма на рынке услуг Владимирской области по плану.

Составление диаграмм. На основе статистики и исследований построить диаграммы. Выводы, сравнения, обобщения.

Тема 6. Пути продвижения туристского продукта.

1. План подготовки проекта. Разработать технологии для продвижения тура по Владимирской области «Ремёсла и НХП земли Владимирской», «Духовные скрепы Вязниковского и Гороховецкого районов», «Вечно в памяти - храним! Ко дню Победы»

Составление проекта (один из маршрутов, на выбор).

2. Представление, защита проектов.

Представление и защита проектов. Выводы, сравнения, обобщения.

5 семестр

Тема 7. Организация и проведение туристского маршрута.

1. Разработать нитку маршрута «выходного дня» (1-дневного) по территории Владимирской области. Показать пути продвижения турпродукта.

Схематично показать реализацию (продажу) турпродукта, отличие от конкурентов.

2. Пешие, водные и лыжные походы. Оформление документов. Соблюдение техники безопасности при проведении туристского маршрута. Пешие, водные и лыжные походы.

Практическая работа. Разработка 2-дневного маршрута выходного дня.

Нормативно-правовая база по оказанию услуг (техника безопасности) Тезисно.

Тема 8. Мониторинг услуг рынка туризма.

Практическая работа. Разработка мониторингового занятия (вопросы). Предложения для туристов по результатам опроса.

1. Сравнительная характеристика статистических показателей развития предприятий сферы услуг Владимирского региона. Причины «снижений и подъемов».

Выполнение графика. Показать на графике развития рынка услуг. Выявить причины роста и снижения предложений, указать причины.

2. Сравнительная характеристика статистических показателей развития предприятий сферы услуг Владимирской и Ярославской областей.

Практическая работа. Таблица. «Оценка туристских ресурсов Владимирской и Ярославской областей»

Выполнить графики и диаграммы. Объяснить причины роста и спада показателей.

Тема 9. Состояние туристского рынка России.

1. Основные туристские потоки. Динамика развития внутреннего туризма. Основные регионы. Положительные и отрицательные аспекты развития.

Практическая работа. Выполнить графики и диаграммы. Объяснить причины роста и спада показателей развития туризма в регионе.

2. Подведение итогов. Выводы, обобщения.

Тема 10. Методики определения направленности деятельности турфирмы. Государственная регистрация.

1. Провести мониторинг турагентских фирм г. Владимира.

Определить устойчивость турагентских фирм г. Владимира на рынке индустрии туризма. Работа туроператорских фирм в летний период. Итоги.

Результаты исследования представить в виде таблицы и диаграмм.

2. Алгоритм государственной регистрации фирмы (на собственном примере).

Подготовить перечень документов к регистрации. Аренда офиса. Необходимое оборудование для функционирования учреждения. Финансовые затраты. Готовность юридического лица к осуществлению практической деятельности.

Перечень документов. План действий.

Тема 11. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.

1. Кадровый состав турфирмы.

Структура туристского предприятия. Штат сотрудников. Функциональные обязанности работников турфирмы. Документы приема на работу сотрудников.

Подготовить пакет документов.

2. Собеседование при приеме сотрудников.

Перечень вопросов. Мониторинг. Тесты для мониторинга. Штатное расписание. Финансовая обеспеченность фирмы. Примеры мотивации оплаты труда для сотрудников. Коллективный и личный трудовой договор.

Составление документации.

Тема 12. Основные нормативные правовые акты, регулирующие туристскую деятельность

1. Крупнейшие туроператоры России.

Уставной капитал фирм. Основные потоки по России и зарубежные страны. Договорные отношения между туроператором и турагентом. Примеры составления договоров.

Составление договоров.

2. Защита прав потребителя.

ФЗ «О защите прав потребителя» от 7.02.92 №2300 (ред.11.06.21).

Рассмотреть статьи № 4, № 7, №8, №10. №11.

Выделить тезисно главные положения. Сделать выводы. Результаты оформить в таблицу.

6 семестр

Тема 13. Организационно-правовые основы туристского предприятия. Ведение документации туристской фирмы.

1. Учредительные и разрешительные документы.

Разработать 2-дневный тур. Подготовить необходимые документы, относящиеся к разработке тура.

Перечень документов: программа тура, калькуляция, буклет

2. Работа с туристом по организации тура.

Выполнение заказа. Документы, выдаваемые туристам при организации тура. Работа с исполнителем услуг по туру (договор).

Перечень документов: программа тура, калькуляция, путевка.

Тема 14. Механизм формирования турпродукта и оценка его экономической эффективности.

1. Туристский продукт. Оценка экономической эффективности.

Доход фирме от реализации тура (ранее спланированного и рассчитанного тура). Годовой доход. Учесть сезонность тура. Эффективность туристской фирмы.

Экономические расчеты эффективности фирмы.

2. Организация работы туристского предприятия.

Продажа международных туров. Работа с туроператором. Форс-мажорные обстоятельства. Переговоры с партнерами по приему туристов.

Подготовка необходимой документации. Алгоритм действий.

Тема 15. Виды партнерских отношений с поставщиками и потребителями услуг. Страхование международных туристских услуг.

1. Разработка проекта.

Разработка и продвижение турпродукта. (начало работы)

Разработать 4-дневный экскурсионный маршрут для группы туристов (регионы России). Мотивации туристов, возрастная группа. Проложить нитку маршрута по карте. Дать обоснования своих решений. Разработать программу и калькуляцию путевки.

Разработка документов по туру. Заключение и выводы автора тура.

2. ПРОЕКТ. Разработка и продвижение туристского продукта. (продолжение работы).

Продажа путевки заказчику. Оценка, созданного конкурентоспособного туристского продукта. Рынок туристских услуг. Продвижение туристского продукта.

Подведение итогов. Защита проекта.

Выполнение презентации по туру. Расчетная документация.

Тема 16. Организация работы туристского предприятия. Структура туристской фирмы.

1. Оформление международных туров.

Подбор страны согласно мотивации заказчика. Выдача ваучеров, оформление страховок, заказ билетов. Характеристика страны пребывания, особенности и характеристики. Обоснование предложенной территории. Оценка профессиональных качеств сотрудника фирмы (например, курорт Лутра, Греция).

Перечень подготовленных документов.

2. Качество оказания услуг.

Ответственность поставщиков за качество услуг. Работа с партнерами. Провести анализ г. Составление диаграмм. На основе статистики и исследований построить диаграммы. Сделать выводы и обобщения.

Тема 17. Технология продаж туристского продукта. Стимулирование продаж.

1. Разработка пешеходного 3-х дневного маршрута

Условия: Разработать маршрут для школьников 8 класса по Собинскому району Владимирской области. Летний период. Анализ топографической карты. Снаряжение предполагается получить в школе или взять в прокате. Организация техники безопасности. Требования к пешеходному маршруту. Квалификация сотрудника, организующего поход. Оценка работы гида-проводника.

Подготовить: схему маршрута на карте (с местами ночёвок), время переходов группы, разработать меню, калькуляцию путевки, организацию транспорта.

2. Анализ пешеходных маршрутов.

Выводы и обобщения. Замечания по вопросам организации транспорта, организации бивуака, места ночевки, питания (меню), прохождения маршрута, организация безопасности.

Заполнить таблицу. «Замечания по вопросам организации пешеходного маршрута».

Тема 18. Пути продвижения туристского продукта.

1. Выставочная деятельность.

Организация материалов для представления на выставку. Составление макета выставочного пространства туристских предприятий. Цели. Задачи. Продвижение туристских продуктов. Внедрением программ стимулирования продажи услуг.

Схема макета расположения материалов для выставки.

2. Подведение итогов по окончанию курса.

Вопросы. Решения кейсов «Расчет калькуляций путёвок»

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 тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

4 семестр

Рейтинг-контроль № 1

Вариант 1.

Задание 1.

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)

Вариант 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 № 2

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 3.

Примерный итоговый тест

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

- страховой полис
- договор страхования
- правила страхования

- рекламные материалы

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

- распознать и оценить требования каждого клиента к оказываемому обслуживанию

- оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания

- оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания

- все ответы верны

2. Клиент, впервые обратившийся в данную турфирму:

- ветеран

- лид

- активный турист

- пассивный турист

3. Положительная реакция потребителя на обслуживание способствует:

- выплате чаевых

- восстановлению его здоровья

- большему потреблению пищи

- быстрому отъезду туриста

4. Цели кадрового планирования (выберите правильные варианты):

- обеспечение производственного процесса организации персоналом с учетом необходимой численности и качества;

- эффективная организация работы с персоналом как в краткосрочном (комплектование персонала), так и в долгосрочном (развитие персонала) аспектах;

- организация работы службы управления персоналом.

5. Какие аспекты не включает общая характеристика туристов:

- возраст, образование и социальная принадлежность;

- менталитет, конфессия;

- доход, семейное положение, тип работы;

- наличие фобий и аллергий;

- продолжительность отпуска, уровень здоровья

Рейтинг-контроль № 3

Задание 1.

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

Разработать однодневный маршрут выходного дня для молодежной аудитории 16+ (пешеходный поход протяженностью не более 6км). Приготовление пищи будет производиться в полевых условиях. Подъезд можно планировать как на городском транспорте, так и заказном автобусе. Выполнить калькуляцию путевки и программу.

Задание 2. Вопросы для объяснения.

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 туров 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 семестр

Рейтинг-контроль № 1

Задание 1. Деятельность туристской фирмы (предприятия): виды партнерских отношений.

Подобрать поставщиков услуг используя рекламную продукцию для организации тура:

- индивидуальный турпакет «Романтическое путешествие» для молодой пары сроком на 3 дня.
- турпакет для семьи из трёх человек (ребёнок до 5 лет) с возможностью оздоровления на 2 дня.
- групповой (10 человек + руководитель) однодневный тур в период весенних каникул для учеников 9-10 классов
- групповой (10 человек + руководитель) паломнический тур для женщин сроком на 2 дня.
- индивидуальный турпакет для трех не замужних подружек спортсменок сроком на 3 дня.
- образовательный тур для группы студентов из 15 человек в зимние каникулы.

Задание 2.

Правила составление договоров (оформление туристской документации).

Задание 3.

По виду деятельности туроператоры подразделяются на:...

По месту деятельности туроператоры подразделяются на:

Задание 4.

Составить схему: функции современного туроператора

Индивидуальное задание: подготовка мультимедиа презентации.

Характеристика монопрофильного или многопрофильного туроператора (на примере России)

Задание 5.

Составить тематическую таблицу: классификация турагентов (на основе практических примеров)

Задание 6.

Составить схему: функции современного туристского агента.

Индивидуальное задание. Подготовка мультимедиа презентации.

Характеристика ведущих туристского агентов (на примере России).

Рейтинг-контроль № 2

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. Примерный итоговый тест: турист заключил договор страхования и оплатил его. Какие из перечисленных документов он обязательно должны получить от страховой компании:

- страховой полис;
- договор страхования;
- правила страхования;
- рекламные материалы.

Задание 3.

1. Качество обслуживания в туристических организациях зависит от умения персонала:
 - распознать и оценить требования каждого клиента к оказываемому обслуживанию;
 - оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания;
 - оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания;
2. Клиент, впервые обратившийся в данную турфирму:
 - ветеран;
 - лидер;
 - активный турист;
 - пассивный турист

Рейтинг-контроль № 3

Выбрать вопросы для объяснения:

1. Анализ факторов, формирующих цену тура
2. Российские системы бронирования туров и турпродуктов.
3. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
4. Формы и методы продвижения турпродукта (с учетом современных условий)
5. Каталог туроператора как средство продвижения туристского продукта
6. Туристский продукт и его потребительские свойства
7. Туристский пакет: определение факторов, влияющие на его комплектацию.
8. Методы расчета стоимости туристского продукта.
9. Подготовка программы обслуживания клиентов
10. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта (нерекламные).
11. Использование Интернет-технологий для организации продажи турпродукта
12. Схемы сотрудничества туроператора с поставщиками услуг при организации туров.

6 семестр

Рейтинг-контроль № 1

Задание 1.

Составить тематическую таблицу на основе современных законодательных актов

Права и обязанности туриста (потребителя)

Права и обязанности туроператоров

Рейтинг-контроль № 2

Задание 1. Подготовить развернутые ответы на вопросы

1. Договорные отношения. Основы агентского договора.
2. Договорные отношения с поставщиками услуг. Договор на обслуживание туристов учреждением питания. Основные аспекты.
3. Договорные отношения с поставщиками услуг. Договор на гостиничные услуги.
4. Какие документы выдаются туристу, который приобрёл путевку в Грецию.
5. Роль агента в заключении страховых услуг. Чем отличается программа «С» от предыдущей программы «В».
6. Структура туристского предприятия. Организация работы структурных подразделений туроператорско фирмы.
7. Реклама - как инструмент продвижения на туристском рынке

Рейтинг-контроль № 3

Задание 1. Практико-ориентированное задание.

1. Разработать двухдневный маршрут по Владимирской области. Показать его экономическую эффективность и конкурентоспособность. Показать пути продвижения туристского продукта на рынке услуг.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (*зачет, зачет, экзамен*).

4 семестр

Вопросы 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 туризма.
14. Нормативно-законодательная база областного уровня по регулированию туризма.
15. Нормативно-законодательная база муниципального уровня по регулированию туризма.
16. Особенности стандартизации туристской деятельности.
17. Особенности формирования внутреннего облика туристского предприятия.
18. Концепция формирования имиджа турфирмы
19. Типология клиентской базы (клиентов).
20. Классы обслуживания клиентов (потребителей) в туризме.
21. Особенности работы с индивидуальным клиентом в турбизнесе.
22. Решение конфликтных ситуаций в туристской деятельности.
23. Виды туристских формальностей (общая классификация).
24. Паспортно-визовые формальности.
25. Таможенные формальности.

5 семестр

Вопросы к зачету

1. Валютный контроль.
2. Санитарно-эпидемиологические формальности.
3. Виды страхования в туризме (классификация)
4. Страхование в туризме (российский опыт)
5. Подготовка программы обслуживания клиентов
6. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта (нерекламные).
7. Использование Интернет-технологий для организации продажи турпродукта
8. Схемы сотрудничества туроператора с поставщиками услуг при организации туров.
9. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
10. Проектирование и технология организации религиозных туров. (на примере одного из видов туризма).
11. Факторы, оказывающие влияние на спрос в современном туризме.
12. Цели продвижения туристского продукта на современном рынке.
13. Паломнический туризм.
14. Деловой туризм.
15. Лечебный туризм.
16. Оздоровительный туризм.
17. Молодежный туризм.
18. Спортивный туризм.
19. Экологический туризм.
20. Агротуризм.
21. Событийный туризм.
22. Потребительский туризм.
23. Учреждения питания. Рынок услуг.
24. Мониторинг услуг рынка туризма.
25. Состояние туристского рынка.
26. Перспективы и прогнозы по развитию рынка услуг

6 семестр

Вопросы к экзамену.

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.
17. Особенности формирования внутреннего облика туристского предприятия.
18. Концепция формирования имиджа турфирмы

19. Типология клиентской базы (клиентов).
20. Классы обслуживания клиентов (потребителей) в туризме.
21. Особенности работы с индивидуальным клиентом в турбизнесе.
22. Решение конфликтных ситуаций в туристской деятельности:
 - виды туристских формальностей (общая классификация);
 - паспортно-визовые формальности;
 - таможенные формальности;
 - валютный контроль;
 - санитарно-эпидемиологические формальности;
 - виды страхования в туризме (классификация);
 - страхование в туризме (российский опыт).
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.
31. Потребительский туризм.
32. Мониторинг услуг рынка туризма.
33. Состояние туристского рынка.
34. Перспективы и прогнозы по развитию рынка услуг.
35. Учреждения питания. Рынок услуг.

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		
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

6.2. Периодические издания

1. Журнал «ТУРИЗМ право и экономика»
2. Журнал «Туризм и сервис»
3. Журнал «Экономика туризма»

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 туристической индустрии.
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 мультимедиа 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 к.пед.ч. зав. каф. ТиС Гужова Л.Г.

Рецензент

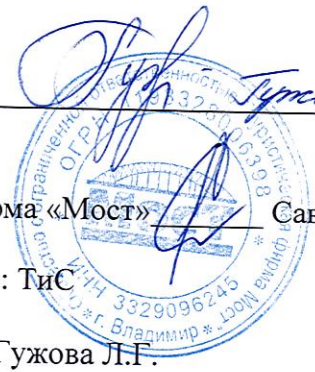
(представитель работодателя): ген. директор ООО тур. фирма «Мост» Савельева Е.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры : ТиС

Протокол № 1 от 30.08.21 года

Заведующий кафедрой ТиС

(ФИО, подпись)



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)

Краснова М.В.