

**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)**



**УТВЕРЖДАЮ**  
**Проректор**  
**по образовательной деятельности**

А.А. Панфилов

« 28 » 08 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности**

Направление подготовки - 43.03.02 «Туризм»

Профиль/программа подготовки – «Технология и организация туристской деятельности»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения - очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/ зачет с оценкой)
4	2/72	18	18		36	зачет
5	2/72	18	18		36	зачет
6	4/144	18	36		54	Экзамен (36)
Итого	8/288	54	72		126	Зачет, зачет, экзамен (36)

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности» - формирование у студентов системы знаний о структуре туристской отрасли, специфики предприятий туристской индустрии. Задачами курса выступают ознакомление студентов с основными сегментами современной туристской индустрии и особенностях их взаимодействия, что необходимо для подготовки специалистов широкого профиля для работы в сфере туризма.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности» относится к дисциплинам по выбору.

Пререквизиты дисциплины: «Правовые основы профессиональной деятельности», «География международного туризма», «История туризма и сервиса».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	Полное освоение компетенции	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия;</li><li>- процесс историко-культурного развития человека и человечества;</li><li>- всемирную и отечественную историю и культуру;</li><li>- особенности национальных традиций;</li><li>- движущие силы и закономерности исторического процесса;</li><li>- место человека в историческом процессе; политическую организацию общества.</li></ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы;</li><li>- системно анализировать и выбирать социально-психологические концепции;</li><li>- определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления;</li><li>- уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции; проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям;</li><li>- анализировать многообразие культур и цивилизаций;</li><li>- оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии.</li></ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками работы с основными философскими категориями; технологиями приобретения, использования и обновления философских знаний для анализа предметно-практической деятельности;</li><li>- навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения</li></ul>

		<p>места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума.</li> </ul>
<p><b>ПКО-1</b> Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение об организации туристской деятельности</p>	<p>Полное освоение компетенции</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные информационно – коммуникационные технологии;</li> <li>- основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;</li> <li>современное состояние уровня и направления развития компьютерной техники и программных средств;</li> <li>- основные требования к информационной безопасности, в том числе защиты коммерческой тайны;</li> <li>- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применить современное офисное программное обеспечение в профессиональной деятельности; работать с традиционными носителями информации;</li> <li>- осуществлять поиск информации и передачу данных, необходимых для решения поставленных задач, используя сетевые технологии;</li> <li>- создавать базы данных и использовать ресурсы Интернет;</li> <li>- оперативно работать с информацией.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с компьютером как средством управления информацией;</li> <li>- навыками использования информационных и интерактивных Интернет-ресурсов;</li> <li>- технологиями сбора, обработки и анализа информации средствами Интернет;</li> <li>- технологией обмена информацией с использованием различных Интернет-сервисов.</li> </ul>
<p><b>ПКО-3</b> Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>Полное освоение компетенции</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;</li> <li>- особенности обслуживания потребителей с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций;</li> <li>- коммуникативные техники и технологии делового общения.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать и применять эффективные технологии продаж;</li> <li>- выстраивать систему взаимоотношений с клиентами с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;</li> <li>- методиками организации эффективного общения с потребителями;</li> <li>- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта.</li> </ul>
<p><b>ПКР-3</b> Способен к</p>	<p>Полное освоение</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>структуру обслуживания с учетом природных и социальных</li> </ul>

<p>продвижению туристского продукта с использованием современных технологий</p>	<p>компетенции</p>	<p>факторов;  - основные классификации услуг и их характеристики;  - теорию обслуживания  <b>уметь:</b>  обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов;   <b>владеть:</b>  - навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии.</p>
---	--------------------	--

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1.	Раздел 1. Сущность турагентской и туроператорской деятельности в современных условиях Тема 1. Понятие туроператорской деятельности	4	1-2	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 2. Понятие турагентской деятельности	4	3-4	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 3. Принципы взаимодействия турагентства с туроператором.	4	5-6	2	2		4	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 1
2.	Раздел 2. Нормативно-законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности Тема 1. Основные нормативные	4	7-8	2	2		4	2/ 50%	

	правовые акты, регулирующие туроператорскую и турагентскую деятельность.								
	Тема 2. Современные подходы к классификации туризма	4	9-10	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 3. Современная государственная политика в сфере деятельности туристских предприятий.	4	11-12	2	2		4	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 2
3.	<b>Раздел 3.</b> Туристские формальности Тема 1. Терминология туристских формальностей.	4	13-14	2	2		4	4/ 100%	
	Тема 2. Страхование в туризме.	4	15-16	2	2		4	4/ 100%	
	Тема 3. Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.	4	17-18	2	2		4	4/ 100%	Рейтинг-контроль № 3
<b>Всего за 4 семестр</b>			<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>24/ 67%</b>	<b>Зачет</b>
4.	<b>Раздел 4.</b> Деятельность туристской фирмы (предприятия): организационные мероприятия Тема 1. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.	5	1-2	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 2. Технологии предреализационных процессов в сфере туризма	5	3-4	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 3. Документооборот туристского предприятия: схематический анализ выделения основных блоков.	5	5-6	2	2		4	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 1

5.	<b>Раздел 5.</b> Деятельность туристской фирмы (предприятия): виды партнерских отношений Тема 1. Поставщики услуг	5	7-8	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 2. Договора с поставщиками услуг рецензивного туроператора	5	9-10	2	2		4	2/ 50%	
	Тема 3. Договора инициативного оператора	5	11-12	2	2		4	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 2
6.	<b>Раздел 6.</b> Деятельность туристской фирмы (предприятия): бизнес-планирование Тема 1. Виды партнерских отношений в зависимости от типа тура	5	13-14	2	2		4	4/ 100%	
	Тема 2. Классы обслуживания	5	15-16	2	2		4	4/ 100%	
	Тема 3. Цель и задачи бизнес-планирования	5	17-18	2	2		4	4/ 100%	Рейтинг-контроль № 3
<b>Всего за 5 семестр</b>			<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>24 / 67%</b>	<b>Зачет</b>
7.	<b>Раздел 7.</b> Технология формирования туристского продукта  Тема 1. Изучение рекреационных возможностей регионов	6	1-2	2	2		6	4/ 100%	Рейтинг-контроль № 1
	Тема 2. Расчет стоимости турпродукта	6	3-4	2	2		6	4/ 100%	
8.	<b>Раздел 8.</b> Технология продвижения турпродукта Тема 1. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме	6	5-6	2	2		6	3/ 75%	

	Тема 2. Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет- рассылка. База данных ТА.	6	7-8	2	2		6	3/ 75%	
9.	Раздел 9. Технология продаж турпродукта Тема 1. Работа с документами клиента и подписание договора	6	9-10	2	2		6	4 / 100%	
	Тема 2. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).	6	11-12	2	2		6	4 / 100%	Рейтинг-контроль № 2
	Тема 3. Типология клиентской базы (кличнтов).	6	13-14	2	2		6	4 / 100%	
	Тема 4. Работа с претензиями.	6	15-16	2	2		6	4 / 100%	
10.	Раздел 10. Инновационные подходы в современной туристской деятельности Тема 1. Сущность и функции инновационной деятельности в туризме	6	17-18	2	2		6	4/ 100%	Рейтинг-контроль № 3
<b>Всего за 6 семестр</b>			<b>144</b>	<b>18</b>	<b>36</b>		<b>54</b>	<b>34/63%</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Наличие в дисциплине КП/КР</b>				-					
<b>Итого по дисциплине</b>			<b>288</b>	<b>54</b>	<b>72</b>		<b>126</b>	<b>82/ 65%</b>	<b>Зачет, Зачет, Экзамен</b>

## Содержание лекционных занятий по дисциплине

### Раздел 1 Сущность туроператорской и турагентской 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.

Особенности развития туроператорской деятельности в России.

История туризма в мире и России. Периодизация развития туризма.

**Тема 2** Понятие турагентской деятельности. Субъекты турагентской деятельности. Место турагента на туристском рынке. Основные понятия, используемые в современной турагентской деятельности

**Тема 3** Принципы взаимодействия турагентства с туроператором. Функции и технология работы туристских агентств. Направления деятельности турагента.

### Раздел 2. Нормативно-законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности

**Тема 1** 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 2** Современные подходы к классификации туризма. Особенности классификации туроператоров. Профиль работы туристического оператора. Единый федеральный реестр туроператоров. Крупнейшие туроператоры в РФ. Крупнейшие туроператоры в мире. Классификация (виды) турагентств. Агентские сети в туризме. Ведущие туристские агентства России: характеристика деятельности.

**Тема 3** Современная государственная политика в сфере деятельности туристских предприятий. Особенности стандартизации туристской деятельности Стандарты качества туроператорских и турагентских услуг.

### Раздел 3. Туристские формальности

**Тема 1** Терминология туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности. Таможенные формальности. Валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности.

**Тема 2** Страхование в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование международных туристских услуг.

**Тема 3** Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций. Основные документы, регламентирующие управление персоналом. Должностная сетка турфирмы: примерные должностные инструкции. Особенности формирования наружного и внутреннего облика туристского предприятия. Имидж турфирмы.

### Раздел 4. Деятельность туристской фирмы (предприятия): организационные мероприятия.

**Тема 1.** Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия. Организационные основы функционирования туристского предприятия. 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.



**Тема 2** Технологии предреализационных процессов в сфере туризма. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг, договор с туроператорами, туристами. Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов. Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Ведение туристской отчетности.

**Тема 3** Документооборот туристского предприятия: схематический анализ выделения основных блоков. Организационная документация: правила и нормы оформления. Документы Распорядительные документы: особенности оформления. Система справочно-информационной документации.

## **Раздел 5. Деятельность туристской фирмы (предприятия): виды партнерских отношений.**

**Тема 1** Поставщики услуг. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.

Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами.

**Тема 2** Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным предприятием (договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании); с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой.

**Тема 3** 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 туристской фирмы (предприятия): бизнес-планирование.**

**Тема 1** 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 2** 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.

**Тема 3** Цель и задачи бизнес-планирования. Этапы создания и основные требования к содержанию бизнес-плана. Описание бизнеса предприятия. Перечень целей и задач, сопроводительная информация, концепция, ресурсы, управление, финансовые ожидания предприятия. Описание продукта, анализ ситуации на рынке, конкуренты, стратегия, риски, персонал. Финансовый продукт и необходимое документальное сопровождение бизнес-плана туристского предприятия.

## **Раздел 7. Технология формирования туристского продукта**

**Тема 1** 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 2** Расчет стоимости турпродукта- прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» 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 1 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 2 Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет- рассылка. База данных ТА.**

Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.

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

Туристические выставки. PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта.

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 1 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. Документооборот туристской фирмы. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.

### **Тема 2 Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).**

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

**Тема 3 Типология клиентской базы (клиентов). Классы обслуживания клиентов (потребителей). Методы отбора персонала для туристского обслуживания. Специфика туристской коммуникации: менеджер - потребитель (клиент). Порядок предоставления информации клиенту. Индивидуальный клиент: специфика работы. Решение конфликтных ситуаций (с потребителем-клиентом).**

**Тема 4 Работа с претензиями. Объяснение взаимосвязей между видами и типичные поводы возникновения недовольства туристов. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб туристов во время отдыха. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного операторов по решению проблем туристов. Документальное сопровождение жалоб. Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок рассмотрения жалоб.**

## **Раздел 10. Инновационные подходы в современной туристской деятельности**

### **Тема 1 Сущность и функции инновационной деятельности в туризме.**

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

## **Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине**

**Раздел 1** Сущность туроператорской и турагентской деятельности в современных условиях

**Практическая работа № 1.** Посещение турфирмы.

Посетите турфирму и проведите анализ её деятельности по плану.

**Практическая работа № 2.** Туристские выставки.

Посетите турвыставку и проведите анализ представленных турфирм по плану.

**Раздел 2.** Нормативно- законодательные основы туроператорской и турагентской 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 следующие вопросы  
Турфирма (экскурсия).

**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 следующие 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 следующие 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 следующие 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.

**Раздел 4.**Деятельность туристской фирмы (предприятия): организационные мероприятия.

**Практическая работа № 1.** Посещение турбазы.

Посетите турбазу и проведите анализ её уставной документации по плану.

**Практическая работа № 2.** Посещение гостиницы.

Посетите гостиницу и проведите анализ её деятельности по плану.

## **Раздел 5. Деятельность туристской фирмы (предприятия): 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 туристской фирмы (предприятия): бизнес-планирование**

**Практическая работа № 1.** Составление бизнес-плана по реализации готового турпродукта.

Посетите турфирму и проведите анализ её бизнес-плана по плану.

**Практическая работа № 2.** Составление бизнес-плана по реализации нового турпродукта.

Посетите турфирму и проведите анализ её деятельности по реализации нового турпродукта по плану.

## **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..

Посетите турфирму и проведите анализ предлагаемых турпродуктов по плану.

## **Раздел 8 Технология продвижения турпродукта**

**Практическая работа № 1.** Подбор группового тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Анти-кафе (экскурсия).

**Практическая работа № 2.** Подбор романтического тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

**Практическая работа № 3.** Подбор оздоровительного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. ГАУВО СОЦ «Олимп» (экскурсия).

**Практическая работа № 4.** Подбор познавательного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

**Практическая работа № 5.** Подбор лечебного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Санаторий (экскурсия).

**Практическая работа № 6.** Подбор инклюзив-тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

## **Раздел 9. Технология продаж турпродукта**

**Практическая работа № 1.** Продажа группового тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Анти-кафе (экскурсия).

**Практическая работа № 2.** Продажа романтического тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

**Практическая работа № 3.** Продажа оздоровительного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. ГАУВО СОЦ «Олимп» (экскурсия).

**Практическая работа № 4.** Продажа пакетного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

**Практическая работа № 5.** Продажа лечебного тура для клиента.

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой. Санаторий (экскурсия).

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

Подобрать тур используя рекламную продукцию в соответствии с пожеланиями клиента и записать его аббревиатурой.

## **Раздел 10. Инновационные подходы в современной туристской деятельности**

**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. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения;

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 1, 7);*
- *Групповая дискуссия (тема № 3, 9)*
- *Ролевые игры (тема № 11, 13, 18);*
- *Тренинг (тема № 6, 14);*
- *Анализ ситуаций (тема № 15, 16);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема № 2, 4, 12);*
- Другое*
- *Применение имитационных моделей (тема № 5);*
- *Экскурсии на производство (тема № 8, 10, 17).*

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3). Типовые тестовые 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 турагентов (на основе практических примеров)

##### Задание 2.

Составить схему функции современного турагента

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Характеристика ведущих турагентов (на примере России).

### Рейтинг-контроль № 3

Задание 1.

Составление аннотированного конспекта ГОСТов, регулирующих современную туристскую деятельность.

Задание 2.

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

*Прав и обязанности туроператоров*

#### Зачет

##### Перечень примерных вопросов

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.

##### Вопросы самостоятельной работы студентов

###### Раздел 1

**Сущность турагентской и туроператорской деятельности в современных условиях**  
Сравнительный анализ офисов турагентства и туроператора провести после посещения турфирм.

###### Раздел 2. Нормативно - законодательные основы туроператорской и турагентской деятельности

1. Анализ договора между турагентом и туристом.
2. Мониторинг потребности в отдыхе друзей и знакомых.
3. Расчет полной стоимости стандартного турпакета.
4. Расчет стоимости индивидуального тура.
5. Расчет стоимости индивидуального экскурсионного тура различных типов.

###### Раздел 3. Туристские формальности

1. Мониторинг стандартного состава пакета документов на тур.
2. Сравнительный анализ стандартного пакета документов на различные виды туров.
3. Подготовка пакета документов для оформления шенгенской визы.
4. Оформление страхового полиса.

**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 мульти-медиа презентацию на основе данных по определённой турфирме*

**Задание 3.**

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

**Рейтинг-контроль № 2.**

**Задание 1.**

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

**Задание 2.**

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

**Рейтинг-контроль № 3.**

**Задание 1.**

Раскрыть понятия:

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

**Задание 2.**

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

**Задание 3.**

Примерный итоговый тест

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

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

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

- а) распознать и оценить требования каждого клиента к оказываемому обслуживанию
- б) оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания
- с) оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания
- д) все ответы верны

**3.** Клиент, впервые обратившийся в данную турфирму:

- а) ветеран
- б) лид
- с) активный турист
- д) пассивный турист



4. Положительная реакция потребителя на обслуживание способствует:
- выплате чаевых
  - восстановлению его здоровья
  - большему потреблению пищи
  - быстрому отъезду туриста
5. 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.
6. 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

### Зачет

- Документооборот туристского предприятия: схематический анализ
- Кадровая политика туристского предприятия с учетом современных тенденций.
- Особенности формирования внутреннего облика туристского предприятия.
- Концепция формирования имиджа турфирмы
- Типология клиентской базы (клиентов).
- Классы обслуживания клиентов (потребителей) в туризме.
- Специфика отбора персонала для туристского обслуживания
- Особенности работы с индивидуальным клиентом в турбизнесе.
- 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)
- Страхование в туризме (международный опыт)
- Лицензирование туристской деятельности.
- Формальности по открытию туристского предприятия (с учетом современных условий)

### Вопросы самостоятельной работы студентов

#### Раздел 4. Деятельность туристской фирмы (предприятия): организационные мероприятия

- Подобрать пакет документов для организации работы турфирмы
- учредительные документы.
  - бухгалтерские документы.

- локальные акты
- документы по разработке тура
- документы по организации рекламной кампании

#### **Раздел 5. 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.

#### **Раздел 6. Деятельность туристской фирмы (предприятия): бизнес-планирование** Разработать и представить бизнес-план развития собственной турфирмы.

### **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 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.

#### **Примерные вопросы 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 ТО 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 ТО. 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.

### **Вопросы самостоятельной работы студентов**

#### **Раздел 7. Технология формирования туристского продукта**

Разработать тур

- 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.

#### **Раздел 8 Технология продвижения турпродукта**

Проведение маркетингового исследования «Способы привлечения посетителей в турфирму» / «Выявление молодежных дестинаций во Владимирской области» / «Результативность различных поисковых систем» / «Выявление степени маркетинговой привлекательности для клиента при бронировании «напрямую» или через meet-компанию» (по выбору студента).

#### **Раздел 9. Технология продаж турпродукта**

Разработать стратегию продаж следующих туров

- 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.

#### **Раздел 10. Инновационные подходы в современной туристской деятельности**

Разработать план инфотура по выбранному студентом направлению.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
<b>Основная литература</b>			
2.Кусков А.С. Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. - (Высшее образование). ISBN 978-5-91134-370-5	2014		<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=420366">http://znanium.com/bookread2.php?book=420366</a>
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник / Е.Л. Ильина. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 192 с. ISBN 5-279-02262-4	2005		<a href="https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/ilina-e-n-turopereyting-organizatsia-deyatelnosti-2005.pdf">https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/ilina-e-n-turopereyting-organizatsia-deyatelnosti-2005.pdf</a>
<b>Дополнительная литература</b>			
1	2	3	4
1. Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16006293-8	2013		<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=369959">http://znanium.com/bookread2.php?book=369959</a>
2. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Н. А. Зайцева. - 2-е изд.,изм. и доп. - М. : ФОРУМ, 2012. - 368 с. : ил. ISBN 978-5-00091-141-9	2012		<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=518080">http://znanium.com/bookread2.php?book=518080</a>

3. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 207 с. - ISBN 978-5-238-01519-4.	2012		<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=391829">http://znanium.com/bookread2.php?book=391829</a>
4. Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16006294-5	2013		<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=369961">http://znanium.com/bookread2.php?book=369961</a>

## 7.2. Периодические издания

1. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (по состоянию на 25 июля 2007 года) – Новосибирск: Сиб. универ. изд-во, 2007. – 28 с. – (кодексы и Законы России).
2. Федеральный закон РФ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
3. №12 – ФЗ от 5 февраля 2007г.
4. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» (по сост. на 20 февраля 2008г.). – Новосибирск: Сиб. универ. изд-во, 2008 – 32 с. – (Кодексы и законы России).
5. ГОСТ Р 53522 – 2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.
6. ГОСТ Р 50644–2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.
7. ГОСТ Р 50690 – 2000. Туристские услуги. Общие требования.
8. ГОСТ Р 50764-2009 Услуги общественного питания. Общие требования.
9. ГОСТ Р 53523-2009 Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания.
10. ГОСТ Р 53995-2010 Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания.
11. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Основные термины и определения.
12. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.
13. ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.
14. ГОСТ Р 53998-2010 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.
15. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.
16. ГОСТ Р 54605-2011 Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования.
17. ГОСТ Р 54605-2011 Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения.

## 7.2. 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. <https://www.tourprom.ru/> новости туризма, горящие туры, отзывы об отелях и туроператорах, путевые заметки туристов, фотоотчеты о путешествиях
9. <https://www.atorus.ru/> Ассоциация туроператоров России
10. <http://vladimirtravel.ru/> Официальный туристический портал Владимирской области  
Комитет по туризму администрации Владимирской области
11. <http://www.ecotourism-russia.ru/ru/> - Ассоциация экологического туризма

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, 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 спец. оборудования. Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 101, 102 учебного корпуса № 5.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office.



Рабочую программу составил

С. преподаватель Шадрин Каруров С.А.  
(ФИО, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

Савишев С.В. ин. директор ООО гур. гур. гур. гур. гур.  
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Тул

Протокол № 1 от 28.08.19 года

Заведующий кафедрой

Тул Евтюмова Л.Г.  
(ФИО, подпись)

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

Протокол № 1 от 28.08.19 года

Председатель комиссии

Гресь С.Б.  
(ФИО, подпись)