

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)



Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 07 » 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ВЪЕЗДНОГО И ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

Профиль/программа подготовки - Туризм

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 (экз./зачет/зачет с оценкой)
7	4 /144 час.	18	18		108	Зачет
8	3 /108 час	8	8		47	Экзамен (45 час)
Итого	7 /252 час	26	26		155	Зачет, экзамен (45)

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Технология организации въездного и выездного туризма» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», системы знаний о структуре туристской отрасли, специфики предприятий туристской индустрии.

Задачи:

- продолжить формирование знаний основ науки – важнейших фактов, понятий, законов и теорий, языка науки, доступных обобщений мировоззренческого характера;
- развивать умения наблюдать и объяснять процессы, протекающие в природной среде;
- овладение студентами технологиями рационального природопользования в туризме;
- формирование умений проектировать туристский продукт в условиях современных реалий как в России так и в области;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Технология организации въездного и выездного туризма» относится к базовой части учебного.

Пререквизиты дисциплины: «Турагентская и туроператорская деятельность», «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии», «Основы туризма», «Стандартизация и сертификация в туристской индустрии», «Организация туристской индустрии» «Региональный туризм Владимирской области».

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)
1	2	3
(ОК-4) способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Полное освоение компетенции	Знать: - принципы функционирования профессионального коллектива, понимать роль корпоративных норм и стандартов Уметь: - работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеть – приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности
(ОК-5) способность к самоорганизации и самообразованию	Полное освоение компетенции	Знать: - содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности. Уметь: – планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе

		<p>способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения осуществления деятельности</p> <p>Владеть</p> <p>– самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности</p>
<p><i>(ОПК-2)</i> <i>способностью к разработке туристского продукта</i></p>	<p>Полное освоение компетенции</p>	<p>Знать:</p> <p>- виды и специфику турпродуктов</p> <p>Уметь:</p> <p>– разрабатывать туристский маршрут как основу турпродукта</p> <p>Владеть</p> <p>– технологиями разработки туристского продукта</p>
<p><i>(ОПК-3)</i> <i>способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов</i></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p>Знать:</p> <p>- структуру процесса обслуживания потребителей и (или) туристов с учётом социальных, экономических, природных и др. факторов</p> <p>Уметь:</p> <p>– использовать офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности, интернет-технологии</p> <p>Владеть</p> <p>– авыками оценки эффективности результатов деятельности;</p> <p>- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе обслуживания потребителей и (или) туристов</p>
<p><i>(ПК-1)</i> <i>владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме</i></p>	<p>Полное освоение компетенции</p>	<p>Знать:</p> <p>- теоретические основы проектирования</p> <p>Уметь:</p> <p>– применять основные методы проектирования в туризме</p> <p>Владеть</p> <p>– технологиями проектирования туристского маршрута</p>
<p><i>(ПК-3)</i> <i>способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме</i></p>	<p>Частичное освоение компетенции</p>	<p>Знать:</p> <p>- основные сегменты туристской индустрии с учетом современных условий</p> <p>- основные направления развития рынка туристских услуг</p> <p>Уметь:</p> <p>– обрабатывать и интерпретировать базовые знания</p> <p>Владеть</p> <p>– готовностью к реализации проектов в туристской индустрии</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

№ 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 Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма	7	1-4	4	4	-	22	2/ 25%	
2	Раздел 2. Основы туроперейтинга выездного туризма	7	5-6	2	2		22	1 / 25%	Рейтинг-контроль № 1
3	Раздел 3. Основные страны – реципиенты туристского рынка России	7	7-12	6	8		24	6 / 43%	Рейтинг-контроль № 2
4	Раздел 4. Туристские системы на рынке выездного туризма	7	13-14	2	2		18	1 / 25%	
5	Раздел 5. Международный туризм в сфере мировой торговли	7	15-18	4	2		22	2 / 33%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр			144	18	18		108	12/ 33%	зачет
	Раздел 6.	8	1-6	2	2		12	1 25%	Рейтинг-

6	Введение в инкаминг. Характеристика рынка въездного туризма								контроль № 1
7	Раздел 7. Процесс производства национального туристского продукта	8	7-12	2	2		12	1/25%	Рейтинг-контроль № 2
8	Раздел 8. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма. Перспективы и продвижение	8	12-18	4	4		12	4/50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 8 семестр			108	8	8		48	6/38%	Экзамен (45)
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине			252	26	26		156	18/35%	Зачет Экзамен (45)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Раздел 1 Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма

Туроператоры как субъекты рынка въездного туризма. Планирование предстоящего тура. Функция ценообразования. Функция продвижения. Информативная функция. Новаторская функция. Интегрирующая функция. Операторское лобби. Особенности аутгоинга (формирование выездных туров). Причины сложности аутгоинга по сравнению с другими видами туроперейтинга. Флайтеры, нон-флайтеры. Профиль работы аутгоинг-туроператора: виды и направления туров.

Раздел 2. Основы туроперейтинга выездного туризма

Особенности аутгоинга как вида деятельности на туристическом рынке. Презентативная и репрезентативная схемы организации поездок: преимущества и недостатки. Meet-компании и особенности их деятельности. Недостатки и преимущества работы туроператора с Meet-компаниями. Проблемы посреднической схемы организации международного выездного туризма.

Характеристики деятельности операторов, наиболее подходящие для применения прямой и посреднической схем организации выездного туризма.

Статус "туристских формальностей" и их роль в организации туризма. Разграничения туристских формальностей туриста и туристической фирмы. Основные юридические и нормативные параметры, формирующие зону действия тех или иных формальностей. Правила провоза флоры и фауны, медико-санитарные правила и проблемы. Характеристики туристских формальностей ряда стран.

Раздел 3. Основные страны – реципиенты туристского рынка России

Китай. Факторы роста количества туристических обменов. Туристические ресурсы Китая. Географическое положение Китая. Основные туристические зоны Китая. Классификация туристических ресурсов Китая. Типы выездных туров в Китай. Особенности туроперейтинга в Китай.

Финляндия. Факторы лидерства среди туров европейского направления. Характеристики туров в Финляндию. Особенности Финляндии как направления выездного туризма. Туристические зоны Финляндии. Зимний отдых в Финляндии. Особенности туроперейтинга в Финляндском направлении.

Швеция и Норвегия. Особенности выездного туризма в Швецию и Норвегию. Главные туристические центры и объекты Скандинавии. Комбинированные туры с посещением Скандинавских стран.

Испания. Ведущее направление российского выездного туризма. Исторические и культурные достопримечательности. Главные туристические территории. Познавательные туры. Особенности туроперейтинга в испанском направлении.

Португалия. Отличительные черты страны. Направление пляжного туризма. Основные туристические зоны страны. Особенности туроперейтинга в португальском направлении.

Италия. Особенности Италии как направления выездного туризма. Экскурсионные и познавательные туры. Пляжный отдых. Горнолыжные туры.

Греция. Особенности Греции как направления выездного туризма. Экскурсионные туры. Туры на отдых. Мальта как туристическое направление. Пляжный отдых. Экскурсионные программы. Особенности туроперейтинга на Мальту.

Великобритания как направление выездного туризма. Система классификации гостиничных предприятий. Адресные и комбинированные туры. Гранд-туры. Обучение в Великобритании.

Бельгия, Нидерланды. Преобладающие типы туров, главные туристические центры. Особенности туроперейтинга в Бельгию и Нидерланды.

Франция. Достопримечательности и причины массовых поездок. Адресные туры. Пляжный отдых. Провинции Франции. Бальнеологические курорты. Горнолыжные курорты.

Швейцария. Особенности страны. Основные курорты. Отдых на озерах. Центры познавательного туризма.

Германия. Преимущества и недостатки туроперейтинга. Основные туристические зоны. Особенности туроперейтинга в Германию.

Австрия. Особенности страны как направления выездного туризма. Горнолыжные курорты. Особенности туроперейтинга в Австрию.

Чехия, Хорватия, Польша, Венгрия, Словения, Черногория, Болгария. Преимущества и недостатки стран как направления выездного туризма. Основные туристические зоны стран. Оздоровительный туризм. Пляжный туризм. Горнолыжные курорты. Особенности туроперейтинга в страны Восточной Европы.

Прибалтика. Страны Балтии как направление выездного российского туризма. Основные туристические зоны. Особенности туроперейтинга.

Раздел 4. Туристские системы на рынке выездного туризма.

Маршрут как техническое обоснование путешествия. Правила бронирования билетов через агентство авиакомпании. Бронирование, изменения в расписании. Отмена брони. Частичное наличие мест и альтернативная бронь. Требования профессиональной этики при бронировании авиабилетов. Продажа и оформление билетов в турагентстве. Стандартный билет IATA. Базовые процедуры оформления билетов. Виды транспорта,

используемого в туристской отрасли. Особенности организации и функционирования авиационного, железнодорожного, паромного, автомобильного и других видов транспорта.

Раздел 5. Международный туризм в сфере мировой торговли.

Международный туризм. Мировой экспорт туристических услуг. Мировые капитальные инвестиции в сфере туризма. Факторы развития мирового рынка туристических услуг.

Экономический эффект международного туризма.

Особенности организации иностранного туризма в Азии. Этапы развития выездного туризма. География поездок и их долевое назначение. Социальная структура выездного туризма. Структура регулярных доходов и расходов азиатских туристов. Этапы развития международного туризма в Азии. Страновой состав въездного туризма в странах Азии. Новые перспективные направления развития туристического комплекса Азии.

Раздел 6. Введение в инкаминг. Характеристика рынка въездного туризма

Культурно-познавательный туризм. Бальнеология. Социальный туризм. Бизнес-туризм. Морские и речные круизы. Туроператорская работа по приему иностранных туристов. Особенности продвижения и реализации турпродуктов въездного туризма и работы с зарубежными партнерами. Туристские формальности на прием туристов из за рубежа.

Организация и работа представительств туристских компаний в России. Задачи и функции представительств.

Раздел 7. Процесс производства национального туристского продукта

Понятие «турпродукт». Классификация турпродуктов. Нормативно-правовые основы формирования турпродукта. Стандарты и документационное обеспечение проектирования. Схема формирования турпродукта. Составляющие туристского продукта (выделение и прохождение основных технологических этапов). Общие критерии оценки экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта.

Раздел 8. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма. Перспективы и продвижение

Туристско-рекреационный комплекс Владимирской области. Продвижение туристского продукта Владимирской области на мировом и внутреннем туристских рынках. Основные проблемы развития сферы туризма Владимирской области. Туристский бренд Владимирской области.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Раздел 1 Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма

Факторы, определяющие профиль туроператора. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры: преимущества и недостатки. Экономическая эффективность выездного туризма. Модель выездного туризма.

Раздел 2. Основы туроперейтинга выездного туризма

Продвижение тура как совокупность методов и инструментов, позволяющих вывести турпродукт на рынки. Цели продвижения турпродукта. Основные инструменты продвижения турпродукта. Работа с агентствами как основная деятельность туроператора. Деятельность туристического агентства. Функции туристических агентств. Обязанности агента. Обязанности туроператора по агентскому договору. Виды агентств. Способы стимулирования агентской активности. Инфо-туры: цель, особенности организации. Функции туристической рекламы. Принципы рекламной политики в выездном туризме. Планирование и технология рекламной кампании турпродукта. Способы размещения рекламы турпродукта. Электронные туристические биржи. PR-акции как инструмент продвижения туров. Цели и инструменты проведения PR-акций. Туристические выставки. Цели выставочной деятельности туроператора. Этапы выставочной деятельности. Стимулирование потребителей: общие и избирательные средства.

Раздел 3. Основные страны – реципиенты туристского рынка России

Турция. Преимущества как направления выездного туризма. Особенности отелей. Оздоровительные туры. Туристические зоны.

Египет, Тунис. Конкурентные преимущества. Гостиничная база. Туристические зоны.

Малайзия, Индонезия, Таиланд, Сингапур. Особенности стран, гостиничная база. Центры туризма. Особенности организации туров.

Шри-Ланка, острова Индийского океана, Индия. Особенности стран как туристической дестинации. Гостиничная база. Экскурсионная программа.

Раздел 4. Туристские системы на рынке выездного туризма.

Основные виды систем размещения. Отличия по классам, целевым рынкам, типам обслуживания. Альтернативные средства размещения. Гостиничные цепи. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Особенности организации питания.

Раздел 5. Международный туризм в сфере мировой торговли.

Особенности организации иностранного туризма в Европе. Этапы развития выездного туризма. География поездок и их доленое назначение. Социальная структура выездного туризма. Структура регулярных доходов и расходов азиатских туристов. Этапы развития международного туризма в Европе. Страновой состав въездного туризма в странах Европы. Новые перспективные направления развития туристического комплекса Европы.

Комплексный экономико-географический анализ туристского рынка страны (по выбору студента)

Раздел 6. Введение в инкаминг. Характеристика рынка въездного туризма

Культурно-познавательный туризм. Бальнеология. Социальный туризм. Бизнес-туризм. Морские и речные круизы. Туроператорская работа по приему иностранных туристов. Особенности продвижения и реализации турпродуктов въездного туризма и работы с зарубежными партнерами. Туристские формальности на прием туристов из за рубежа.

Организация и работа представительств туристских компаний в России. Задачи и функции представительств.

Раздел 7. Процесс производства национального туристского продукта

Факторы национального туристического производства. Туристические ресурсы.
Средства национального туристического производства. Инфраструктура и супраструктура туристической индустрии и информационное поле. Технологии национального туристического производства.

**Раздел 8. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма.
Перспективы и продвижение**

Экологический и сельский туризм – перспективные направления. Разработка туристского кластера. Инновационные технологии в продвижении туристского продукта.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Технология организации въездного и выездного туризма» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 1, 4, 7, 9);*
- *Групповая дискуссия (тема № 2);*
- *Ролевые игры (тема № 5, 8);*
- *Тренинг (тема № 9);*
- *Другое:*
- *Метод проектов (тема № 2,3,6,);*

**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.

(7 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.

Аткаминг – это

Перечислите функции туроператора ...

Схемы

Задание 2.

Составить *схему* организации международного выездного туризма и *схему* основных инструментов продвижения турпродукта

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Модель выездного туризма на примере туроператора (название т/о)

Рейтинг-контроль 2

Задание 1.

Проанализировать статистику и прогноз выездного туризма. Распределить из предложенных стран – основные страны реципиенты, а также выделить перспективные выездные направления для путешествий российского туриста.

Задание 2.

Составить *схему* выездного отдыха русского туриста по сезонам: лето, зима, весеннее и осеннее межсезонье с выделением мотивации туристов в каждом конкретном направлении.

Индивидуальное задание

Подготовка мультимедиа презентации

Страна-реципиент российского туристского потока (Факторы роста количества туристических обменов. Туристические ресурсы. Географическое положение. Основные туристические зоны. Классификация туристических ресурсов. Главные туристические центры. Типы выездных туров в. Особенности туроперейтинга).

Рейтинг-контроль 3

Задание 1.

Перечислите факторы риска, с которыми могут встретиться туристы в зарубежных турах.

Перечислите причины в отказе в визе российскому туристу при путешествии за границу?

Задание 2.

Составить *схему* стран, с которыми у России существует безвизовый режим.

Задание 3. Составьте таблицу с наиболее существенными биологическими и прочими факторами риска, которые могут представлять угрозу жизни и здоровья туристов, а также рекомендации чтобы избежать встречи с этими факторами.

Зачет (7 семестр)

Перечень вопросов

1. Инкаминг. Характеристика рынка въездного туризма РФ. Современные тенденции: динамика и статистика.
2. Экономический эффект международного туризма.
3. Социокультурные дефекты международного туризма.
4. Процесс производства национального туристского продукта.
5. Факторы, средства и технологии национального туристского производства.
6. Туристская супраструктура и инфраструктура.
7. Понятия и формы деятельности туроператоров и турагентов.
8. Формирование пакетов туристских услуг. Планирование и проектирование туров. Туристская документация.
9. Национальная индустрия въездного туризма и особенности её функционирования.
10. Технология экспортного производства национального туристского продукта. Управление экспортным национальным туристическим продуктом.
11. Стратегия развития въездных туристических потоков в России. Ассортимент въездных туров в России.
12. Особенности продвижения и реализации турпродуктов въездного туризма и работы с зарубежными партнерами.
13. Региональные особенности формирования рынка въездного туризма.

14. Туроператорская работа по приёму иностранных туристов.
15. Аутгоинг. Характеристика рынка выездного туризма РФ. Современные тенденции: динамика и статистика.
16. Формирование выездных туров. Профиль работы аутгоинг-туроператоров.
17. Сотрудничество туроператоров и иностранных meet-компаний.
18. Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий. Аренда отеля. Покупка блока мест в отеле на условиях комитмента и элотмента.
19. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Регулярные и чартерные авиаперевозки.
20. Организация зарубежных круизов.
21. Организация зарубежных автобусных туров.
22. Сотрудничество отечественных туроператоров и зарубежных экскурсионных компаний.
23. Ассортимент выездных туров и каталоги туроператоров.

Задания для самостоятельной работы студентов

(7 семестр)

1. Классификация туроператоров (таблица)
2. Роль авиакомпаний в обеспечении качественного туристского продукта. (на примере Российский авиакомпаний)
3. Факторы лидерства среди туров европейского направления (для российских туристов)
4. Комплексный экономико-географический анализ туристского рынка страны (по выбору студента)

8 семестр

Рейтинг-контроль 1.

Задание 1.

Инкаминг -

Составить таблицу видов въездных туров в Россию

Вид тура	Регион	Средняя стоимость	Посещаемость интуристами
Продвижение в СМИ, Internet			

Задание 2.

Выявить особенности конкретного вида туризма и туристского продукта соответствующей направленности (Спортивный, деловой, самодеятельный, экскурсионный, культурно-познавательный и т.п.).

подготовить мульти-медиа презентацию на основе анализа данных

Задание 3.

Подготовка мультимедийной презентации по теме: Анализ привлекательности туристского продукта страны-донора российского туристского рынка (по выбору студента)

Рейтинг-контроль 2.

Задание 1. Рассмотреть и выявить особенности инфраструктуры и супраструктуры туристической индустрии России и информационного туристского поля.

Задание 2.

Составить таблицу «Технологии национального туристического производства».

Рейтинг-контроль 3

Задание 1.

Подготовить презентацию на тему: Топ-10 мест с учетом соответствующих требований. Можно привести несколько важных практических рекомендаций или разъяснить основные понятия данной темы. В описании тезисов должна быть конкретика, полезная и ценная информация. Хорошим дополнением должны быть истории или притчи, интересные факты, а также собственный опыт и взгляд на поднимаемый в статье вопрос. Текст должен быть наполнен эпитетами, написан короткими предложениями. Без причастных и деепричастных оборотов. Без вводных слов и слов-паразитов. Мысли изложены простыми словами, с использованием фотографии.

Топ необычных мест Владимирской области

Топ мероприятий во Владимирской области

Топ мест для семейного отдыха на природе

Топ мест активного отдыха (лето)

Топ мест активного отдыха (зима)

Топ мест мистических мест

Топ мест селфи-туризма

Топ развлекательных центров

Топ известных личностей Владимирской области

Топ рек для сплава во Владимирской области

Топ смотровых площадок

Топ ресторанов Владимирской области

Топ музеев Владимирской области

Топ необычных зданий Владимирской области

Топ Агро туристских комплексов

Топ национальных ремесел Владимирской области

Топ туристских брендов Владимирской области

Топ парков Владимирской области

Топ национальных блюд и напитков Владимирской области

Задание 2.

Презентация перспективного направления развития туризма во Владимирском регионе (по выбору студента).

Задание 3.

Итоговое задание

Составить технологическую карту туристского путешествия в соответствии с туристским потенциалом Владимирской области для иностранных туристов по прилагаемому образцу.

Ответить на следующие вопросы:

1. Перечислите документы, оформляемые турфирмой при организации
2. и проведении пешеходного туристского маршрута.
3. По каким признакам классифицируются туристские походы?
4. Что представляет собой процедура комплектования туристской группы
5. при организации пешеходного тура?
6. Какими качествами и навыками должен обладать гид (руководитель туристской группы)?
7. Какие права имеет гид, и какие обязанности на него возлагаются?
8. С какой целью гид учитывает социально-демографические особенности
9. туристов?
10. Охарактеризуйте основные этапы выполнения туристского маршрута.

Экзамен 8 семестр

Перечень вопросов

1. Факторы развития туризма
2. Туристские ресурсы.
3. Рекреационные ресурсы Владимирской области
4. Перспективы развития мирового туризма
5. Стратегия и концепция развития туризма в Российской Федерации
6. Туристская индустрия
7. Туристский рынок.
8. Туроператорская деятельности. Единый реестр туроператоров.
9. Проектирование туристских услуги. Этапы разработки тура.
10. Особенности разработки программы зарубежного тура.
11. Технология обслуживания туристов на зарубежных маршрутах
12. Туристские формальности.
13. Страхование и медицинское обеспечение международных путешествий.
14. Турагентская деятельность. Права и обязанности турфирм и туристов.
15. Особенности взаимоотношения туроператора и турагента.
16. Ассоциация турпомощь.
17. Правовое регулирование туристической деятельности
18. Компенсация за непредставленные услуги и возмещение убытков туристов
19. Основные услуги в составе турпродукта.
20. Реализация туристского продукта. Этапы.
21. Туристская документация
22. Особенности организации экскурсионного обслуживания для иностранных туристов
23. Основные направления развития въездного туризма
24. Региональный туристский продукт.
25. Реализация политики импортозамещения в туризме.
26. Маркетинг национального туристского продукта.
27. Инновационные технологии в организации туристских программ
28. Перспективные туристские направления во Владимирской области.
29. Характеристика основных видов туризма во Владимирской области
30. Продвижение национального турпродукта.
31. Туристский бренд России
32. Туристские бренды Владимирской области.
33. Характеристика средств размещения Владимирской области.
34. Основные туристские маршруты России
35. Основные туристские маршруты Владимирской области.
36. Крупные туроператоры Владимирской области.
37. Крупные агротуристские комплексы на территории Владимирской области.

Задания для самостоятельной работы студентов

(8 семестр)

1. Стратегия развития въездных туристических потоков в России (на примере разных групп иностранных туристов)
2. Управление экспортным национальным туристическим продуктом (анализ деятельности госструктур, предприятий бизнеса)
3. Анализ концепции и стратегии развития въездного туризма (на примере официальных документов)
4. Инновационные технологии в продвижении регионального туристского продукта (на примере региона)

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
Основная литература			
1. Основы туризма: учебник для вузов по направлениям "Туризм", "Гостиничное дело", "Сервис" / Е. Н. Трофимов [и др.] ; под науч. ред. Е. Л. Писаревского .— Москва : Федеральное агентство по туризму	2014	10	
2. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.:-(Профессиональное образование) ISBN 978-5-00091-141-9.	2016		http://znanium.com/bookread2.php?book=518080
3. Международный туризм: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "География", "Менеджмент организации", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Воскресенский В.Ю., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01456-2	2015		http://znanium.com/catalog/product/872907
Дополнительная литература			
1. Основы устойчивого туризма: Учебное пособие / Шимова О.С. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 190 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-005291-5 -	2016		http://znanium.com/catalog/product/558464
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		http://znanium.com/bookread2.php?book=420366
3. Замедлина Е.А. Козырева О.Н. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с.: 60х90 1/16. - (ПРОФИль) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-98281-121-9 -	2016		http://znanium.com/catalog/product/542736

4. Виды и тенденции развития туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Назаркина, Ю. О. Владыкина, Е. Ю. Воротникова [и др.] ; под ред. Б. И. Штейнгольц. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет	2014		http://www.iprbookshop.ru/44910.html
--	------	--	---

7.2. Периодические издания

1. Туризм: право и экономика: федеральный научно-практический журнал. — Москва: Юрист, 2007-2018.
2. Турбизнес. Travel and Trade. – ИД: Турбизнес. 2017
3. Турист. Все о спортивном, экскурсионном, экстремальном и экзотическом туризме и оздоровительном отдыхе. 4-5, 2017.
4. Региональный туризм. Проекты, инвестиции, тенденции. – 2018

7.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.wttc.org> – официальный сайт Всемирного совета по путешествиям и туризму.
2. <http://www.world-tourism.org> – официальный сайт Всемирной туристской организации. World Tourism Organization UNWTO
3. <http://www.rata.ru> – официальный сайт Российского союза туриндустрии.
4. <http://minstm.gov.ru> – официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ
5. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму
6. <https://tonkosti.ru/> - живая энциклопедия для путешественников: описания стран, курортов и отелей, отзывы туристов
7. <http://www.turist.rbc.ru> - Тематический сайт РБК о туризме
8. <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/> - 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. Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 102, 103 учебного корпуса № 5.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения

Microsoft
Office

Рабочую программу составил

Ильин / Лавров И.А.

Рецензент

(представитель работодателя)

Савинова Е.В. ген. директор ООО тур

(место работы, должность, ФИО, подпись) Савинова Е.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

ТЧС

Протокол № 9 от 23.05.19 года

Заведующий кафедрой

(ФИО, подпись)

Туркина А.И.

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

Протокол № 3 от 7.06.19 года

Председатель комиссии

(ФИО, подпись)

Павлова