

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 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 (экзамен/зачет/за чет с оценкой)
7	5 /180	18	36		81	Экзамен (45)
8	3 /108	18	18		27	Экзамен (45)
Итого	8 /288	36	54		108	Экзамен (90)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи: ознакомление студентов с основными сегментами современной туристской индустрии и особенностях их взаимодействия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

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)
ОК-4 способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<i>Полное освоение компетенции</i>	знать: - права, свободы и обязанности человека и гражданина - правовые нормы действующего законодательства в сфере туризма уметь: - использовать нормативно правовые знания в туристской сфере владеть: - навыками анализа нормативных актов, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.
ОК-5 способность к самоорганизации и самообразованию	<i>Полное освоение компетенции</i>	знать: - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; магистратура, аспирантура); - систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития; уметь: - анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания); - анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств владеть: - навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.
ОПК-2 способность к разработке туристского продукта	<i>Полное освоение компетенции</i>	знать: - сущность и составные части туристского продукта; - сущность туроператорской и турагентской деятельности - технологию разработки и проектирования турпродукта

		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные методы проектирования в туризме и формировать перспективные прогнозы развития туристского спроса и предложения. - анализировать, критически оценивать, выбирать и использовать информацию в ходе профессиональной проектной деятельности, а также организовывать деятельность по проектированию туристского продукта; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиска и бронирования туров согласно потребностям туриста - навыками разработки туристских маршрутов и программ обслуживания - навыками организации деятельности по разработке и применению инновационных технологий в туризме.
ОПК-3 способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	<i>Полное освоение компетенции</i>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; - основные классификации услуг и их характеристики; - теорию обслуживания <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии
ПК- 1 владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	<i>Полное овладение компетенцией</i>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы туристско-рекреационного проектирования <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные методы проектирования в туризме <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования туристских услуг и туристских продуктов в соответствии с требованиями потребителей
ПК-3 готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	<i>Полное овладение компетенцией</i>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности при организации комплексного обслуживания в индустрии туризма <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать перспективные проекты комплексного обслуживания в индустрии туризма. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях
ПК-13 способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов	<i>Полное овладение компетенцией</i>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; - особенности обслуживания потребителей с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций; - коммуникативные техники и технологии делового общения. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать и применять эффективные технологии продаж; - выстраивать систему взаимоотношений с клиентами с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций.

		владеть: - навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта; - методиками организации эффективного общения с потребителями; - навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта
--	--	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

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 и форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1.	Тема 1. Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма	7	1-2	2	4		9	2/ 33%	
2.	Тема 2. Виды туроператоров	7	3-4	2	4		9	2/ 33%	
3.	Тема 3. Основы туроперейтинга выездного туризма	7	5-6	2	4		9	2/ 33%	Рейтинг-контроль № 1
4.	Тема 4. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Страны Азии, Западной Европы	7	7-8	2	4		9	2/ 33%	
5.	Тема 5. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Центральная и Восточная Европа	7	9-10	2	4		9	2/ 33%	
6.	Тема 6. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Южная Европа	7	11-12	2	4		9	2/ 33%	Рейтинг-контроль № 2
7.	Тема 7. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Африка и Америка	7	13-14	2	4		9	2/ 33%	
8.	Тема 8. Туристские системы на рынке выездного туризма	7	15-16	2	4		9	2/ 33%	
9.	Тема 9. Международный туризм в сфере мировой торговли	7	17-18	2	4		9	2/ 33%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр			180	18	36		81	18 / 33%	Экзамен (45)

10.	Тема 10. Введение в инкаминг. Основные этапы формирования рынка инкаминга	8	1-2	2	2		3	2/50%	
11.	Тема 11. Страны-доноры российского туристского рынка	8	3-4	2	2		3	2/50%	
12.	Тема 12. Формирование бытовых сетей	8	5-6	2	2		3	2/50%	Рейтинг-контроль № 1
13.	Тема 13. Стратегия развития въездных туристических потоков в России	8	7-8	2	2		3	2/50%	
14.	Тема 14. Процесс производства национального туристского продукта	8	9-10	2	2		3	2/50%	
15.	Тема 15. Средства национального туристического производства	8	11-12	2	2		3	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 2
16.	Тема 16. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма	8	13-14	2	2		3	2/ 50%	
17.	Тема 17. Туристско-рекреационный комплекс Владимирской области	8	15-16	2	2		3	2/ 50%	
18.	Тема 18. Разработка туристского кластера.	8	17-18	2	2		3	2/ 50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 8 семестр			108	18	18		27	18 / 50%	Экзамен (45)
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине			288	36	54		108	36/ 50%	Экзамен (90)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

7 семестр

Тема 1. Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма

Туроператоры как субъекты рынка выездного туризма. Планирование предстоящего тура. Функция ценообразования. Функция продвижения. Информативная функция. Новаторская функция. Интегрирующая функция. Операторское лобби.

Тема 2. Виды туроператоров

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

Тема 3. 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.

Тема 4. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Страны Азии, Западной Европы

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.

Тема 5. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Центральная и Восточная Европа

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.

Тема 6. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Южная Европа

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.

Тема 7. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Западная Европа, Африка и Америка

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.

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

Тема 8. 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.

Тема 9. Международный туризм в сфере мировой торговли

Особенности организации иностранного туризма в Европе. 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 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)

8 семестр

Тема 10. Введение в инкаминг. Основные этапы формирования рынка инкаминга

Введение в Инкаминг. Основные этапы формирования рынка инкаминга. Современные тенденции: динамика и статистика.

Тема 11. Страны-доноры российского туристского рынка

Страны-доноры российского туристского рынка:

Германия, США, Финляндия, Великобритания, Италия, Франция, Китай, Латвия, Испания, Литва, Эстония, Южная Корея, Польша, Канада, Япония, Нидерланды, Швеция, Израиль, Норвегия, Австрия.

Тема 12. Формирование сбытовых сетей

Формирование сбытовых сетей. Формирование пакетов туристских услуг. Планирование и проектирование туров. Туристская документация. Национальная индустрия въездного туризма и особенности ее функционирования. Типы въездных туров в Россию.

Тема 13. Стратегия развития въездных туристических потоков в России

Стратегия развития въездных туристических потоков в России. Ассортимент въездных туров в России. Экологический туризм. Спортивный и экстремальный туризм.

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.

Тема 14. 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.

Тема 15. Средства национального туристического производства

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

Тема 16. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма

Региональный туристско-рекреационный комплекс Владимирской области. Продвижение регионального туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках. Основные проблемы развития туризма в регионах.

Тема 17. Туристско-рекреационный комплекс Владимирской области

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.

Тема 18. Разработка туристского кластера
Разработка туристского кластера. Инновационные технологии в продвижении туристского продукта.

Содержание практических занятий по дисциплине

7 семестр

Тема 1. Введение в ауткаминг. Характеристика рынка выездного туризма
Практический разбор функций туроператоров.

Тема 2. Виды туроператоров

Обсуждение «Модель выездного туризма». Экономическая эффективность выездного туризма. Идеальная модель организации выездного туризма. Эгоистическая модель организации выездного туризма.

Тема 3. 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.

Тема 4. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Страны Азии, Западной Европы

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.

Тема 5. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Центральная и Восточная Европа

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.

Тема 6. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Южная Европа

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

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

Тема 7. Основные страны – реципиенты туристского рынка России. Западная Европа, Африка и Америка

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.

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

Тема 8. 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

Тема 9. Международный туризм в сфере мировой торговли

Особенности организации иностранного туризма в Европе. 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 Европе. Страновой состав въездного туризма в странах Европе. Новые перспективные направления развития туристического комплекса Европе.

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

8 семестр

Тема 10. Введение в инкаминг. Основные этапы формирования рынка инкаминга

Введение в Инкаминг. Основные этапы формирования рынка инкаминга. Современные тенденции: динамика и статистика.

Тема 11. Страны-доноры российского туристского рынка

Страны-доноры российского туристского рынка:

Процесс производства национального туристского продукта. Факторы, средства и технологии национального туристского производства. Понятия и формы деятельности туроператоров и турагентов.

Тема 12. Формирование сбытовых сетей

Технология экспортного производства национального туристического продукта. Управление экспортным национальным туристическим продуктом.

Тема 13. Стратегия развития въездных туристических потоков в России

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

Тема 14. Процесс производства национального туристского продукта

Факторы национального туристического производства. Туристические ресурсы.

Тема 15. Средства национального туристического производства

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

Тема 16. Региональный туристский продукт: выездной и въездной туризма

Региональный туристско-рекреационный комплекс Владимирской области. Продвижение регионального туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках. Основные проблемы развития туризма в регионах.

Тема 17. Туристско-рекреационный комплекс Владимирской области

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

Тема 18. Разработка туристского кластера

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, 2, 3, 6, 7, 10, 12, 15, 16, 17);

-Групповая дискуссия (тема № 18, 4,)

-Ролевые игры (тема № 8,);

-Тренинг (тема № 11);

-Разбор конкретных ситуаций (тема № 14);

Другое:

-Анализ ситуаций (тема № 5);

-Применение имитационных моделей (тема № 9, 13).

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.

Вопросы к экзамену:

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:

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 – это...

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, самодельный, 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.

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.

Вопросы к экзамену:

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 деятельности. 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:

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. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3.	2020		https://znanium.com/catalog/product/1120356

<p>2. Воскресенский, В. Ю. 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)» / В. Ю. Воскресенский. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 462 с. — ISBN 978-5-238-01456-2. —</p>	2017		http://www.iprbookshop.ru/71022.html
<p>3. Овчаров, А. О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы : монография / А.О. Овчаров. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 280 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-103686-0.</p>			https://znanium.com/catalog/product/978142-
Дополнительная литература			
1	2	3	4
<p>1. Кусков, А.С. Основы туризма: учебник / Кусков А.С., Джаладян Ю.А. — Москва : КноРус, 2019. — 396 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06905-9. —</p>	2018		https://book.ru/book/930568 —
<p>2. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск: Издательский центр КАН, 2017. — 136 с. — ISBN 978-5-9500578-1-6</p>	2017		http://www.iprbookshop.ru/95633.html
<p>3. Трусова, Н.М. Статистика туризма : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / Н.М. Трусова. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. - 129 с. - ISBN 978-5-8154-0404-5.</p>	2016		https://znanium.com/catalog/product/1041713
<p>4. Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник / Чудновский А.Д., Жукова М.А. — Москва : КноРус, 2020. — 319 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-07359-9.</p>	2020		https://book.ru/book/932088

7.2. Периодические издания

1. Туризм и гостеприимство ISSN 2524-2385 (online), ISSN 2410-3810 (print) - <https://ojs.polesu.by/TG/index>
2. Туризм: право и экономика - ISSN 1813-1212 <http://lawinfo.ru/catalog/magazines/turizm-pravo-i-ekonomika>
3. Российский научный журнал «Вестник Национальной академии туризма» <http://vestnik.nat-moo.ru/ru/>
4. "Современные проблемы сервиса и туризма" <https://www.spst-journal.org/index/0-2>

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/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 101, 102 учебного корпуса № 5.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office.

Рабочую программу составил к.б.н. доцент кафедры ТЧС Мавреков А.А.

Рецензент

(представитель работодателя) сен. директор ООО «Гур. Туризм», Москва
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ТЧС

Протокол № 1 от 28.08.19 года

Заведующий кафедрой ТЧС Туховая Л.Р.
(ФИО, подпись)

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

Протокол № 1 от 28.08.19 года

Председатель комиссии Гресс О.Б.
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.2020 года

Заведующий кафедрой ТиС кандидат пед. наук Гужова Л.Г.



Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____