

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)

Методические рекомендации к практическим занятиям
по дисциплине «Организация туристской индустрии»
для студентов средне-профессиональных организаций
специальности 43.02.10 «Туризм»

Владимир 2021

Введение

Методические указания по дисциплине «Основы туристской индустрии» создан Вам в помощь для работы на занятиях, при выполнении домашнего задания и подготовки к текущему и итоговому контролю по дисциплине.

Методические указания включает теоретический блок, перечень практических занятий, задания по самостоятельному изучению тем дисциплины, вопросы для самоконтроля, перечень точек рубежного контроля, а также теоретические вопросы и практические задания по промежуточной аттестации.

Приступая к изучению новой учебной дисциплины, Вы должны внимательно изучить список рекомендованной основной и вспомогательной литературы. Из всего массива рекомендованной литературы следует опираться на литературу, указанную как основную.

По каждой теме в методических перечислены основные понятия и термины, вопросы, необходимые для изучения (план изучения темы), а также краткая информация по каждому вопросу из подлежащих изучению. Наличие тезисной информации по теме позволит Вам вспомнить ключевые моменты, рассмотренные преподавателем на занятиях. Основные понятия и определения курса приведены в глоссарии.

После теоретического блока приведен перечень практических работ, выполнение которых обязательно.

В процессе изучения дисциплины предусмотрена самостоятельная внеаудиторная работа, включающая, как самостоятельное изучение теоретического материала по указанным темам.

По итогам изучения дисциплины проводится дифференцированный зачет

В результате освоения дисциплины Вы должны уметь:

- профессионально пользоваться основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках;
- осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг;
- пользоваться законодательными актами и нормативными документами по правовому регулированию туристской деятельности;
- использовать потенциал туристских регионов при формировании турпродуктов;
- консультировать туристов по вопросам пользования банковскими, финансовыми услугами, современными информационными технологиями.

В результате освоения дисциплины Вы должны знать:

- определять виды и формы туристской деятельности; - анализировать проблемы развития туризма;
- разрабатывать учредительные документы;
- организовывать продвижение туристского продукта; - владеть основными классификациями в туризме;
- уметь дифференцировать понятия «путешествие» и «туризм».

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание разделов и тем

Тема 1. Туризм: основные понятия, классификация и значение в жизни общества

1. Предмет, цель и задачи изучения дисциплины
 2. Организационные основы туризма
 3. Социально-гуманитарные функции туризма
 4. Роль туризма в сохранении природного и культурного наследия
 5. Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта
- Тема 2. Значение туризма в жизни общества

1. Социально-гуманитарные функции туризма
 2. Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта
- Тема 3. Основные понятия и классификация туризма

1. Туризм как частный случай путешествий: понятие и особенности
2. Туристы и экскурсанты как субъекты туризма
3. Основные понятия туризма согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Тема 4. Туристская услуга – основной продукт индустрии туризма

1. Индустрия туризма: сущность и структура
2. Гостеприимство как философия индустрии туризма
3. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства

Тема 5. История туризма

1. Первые путешественники; первые организованные экскурсии; первые предпринятые размещения туристов; туристские районы; первичные дестинации
2. Основные этапы и исторические аспекты развития мирового туризма
3. Характеристика современного этапа развития туризма

Тема 6. Виды и формы современного туризма

1. Роль и место туристической отрасли в экономике народного хозяйства РФ и в расширении экономических и культурных контактов между странами
2. Разнообразие видов и форм туризма, классификация современного туризма

Тема 7. Виды и формы современного туризма

1. Роль и место туристической отрасли в экономике народного хозяйства РФ и в расширении экономических и культурных контактов между странами
2. Разнообразие видов и форм туризма, классификация современного туризма

Тема 8. Структура туристской отрасли

1. Специализированные предприятия, организация и утверждения, входящие в структуру туристской отрасли
2. Средства размещения туристов
3. Транспортные предприятия
4. Предприятия досуга и развлечений

Тема 9. Гостиничное хозяйство и сервис

1. Гостиничные предприятия, их классификация.
2. Основные помещения гостиниц (туристических гостиничных комплексов), их назначения, генеральная инструкция по эксплуатации гостиниц, структура управления гостиницей.
3. Международная и российская классификация гостиниц.

Тема 10. Организация питания

1. Классификация и требования к предприятиям питания в туризме
2. Структура управления предприятиями питания.

3. Технологическая схема обеспечения питания туристов.

Тема 11. Организация транспортного обслуживания

1. Состояние транспортной системы обслуживания туристов.

2. Классификация транспортных средств путешествий

3. Основные технико-экономические показатели работы транспорта.

Тема 12. Организация досуга и развлечения туристов

1. Виды и особенности деятельности предприятий досуга и развлечений в туризме.

2. Организация разработки культурной программы.

Тема 13. Бизнес-туризм. Порядок создания туристической фирмы

1. Основные организационно-правовые формы и учредительные документы туристической фирмы. 2. Порядок проведения учредительного собрания, порядок регистрации и ликвидации туристической фирмы.

Тема 14. Ресурсы туризма и охрана окружающей среды

1. Понятие о рекреационных ресурсах.

2. Виды и свойства рекреационных ресурсов.

3. Общие сведения о рекреационных ресурсах России и мира. Природоохранные меры. Тема 15. Организация продвижения туристского продукта

1. Виды и особенности предприятий по разработке и реализации туристского продукта.

2. Основные схемы управления туристскими фирмами.

3. Деятельность туристской фирмы по продвижению туристского продукта

Тема 16. Лицензирование, сертификация и страхование в туристском бизнесе

1. Лицензирование туристской фирмы, сертификация туристских предприятий.

2. Компенсационное и сервисное страховое обслуживание

Тема 17. Центры туризма в России и за рубежом

1. Понятие «рекреационный район», «туристский центр». Требования, предъявляемые к туристскому центру.

2. Основные рекреационные районы России и наиболее известные туристские центры.

3. Специализация по видам туризма, обеспеченность средствами размещения, уровень развития туристской инфраструктуры.

Основные понятия и термины по темам

Туризм

- а) поездка (посещение), путешествие физического лица в какое-либо место, находящееся за пределами обычной среды обитания с определенными целями, т.е. деятельность, которую осуществляют посетители за пределами своего постоянного места жительства с момента отъезда до возвращения;
- б) предпринимательская деятельность по оказанию посетителю услуг, связанных с планированием и организацией поездки и реализацией пакета услуг, обеспечивающих путешествие.

Типы туризма

- внутренний, въездной и выездной;
- туризм внутренний - путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в ней;
- туризм въездной - путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в других странах;
- туризм выездной - путешествия лиц, постоянно проживающих в одной стране, в другую страну.

Категории туризма

- международный, национальный и туризм в пределах страны;
- международный туризм включает въездной и выездной туризм;
- национальный туризм состоит из внутреннего и выездного туризма;
- туризм в пределах страны подразделяется на въездной и внутренний туризм.

Турист

гражданин, посещающий страну (или место) временного пребывания с определенными целями, без занятия оплачиваемой деятельностью в стране пребывания и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку в этой стране. По международным нормам период пребывания не может превышать 12 месяцев подряд, по национальным - 6 месяцев. Турист, как потребитель, является клиентом туроператора или турагента.

Экскурсант

гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в целях ознакомления с ее туристскими ресурсами без предоставления услуг размещения, на период не более 24 ч. Экскурсант, как потребитель, является клиентом экскурсионного бюро.

Цели поездки (посещения) по международным нормам включают:

- проведение досуга, рекреацию и отдых;
- посещение родственников и знакомых;
- деловые и профессиональные цели, а также поощрительные поездки, образование и исследовательскую деятельность;
- лечение;
- участие в религиозных мероприятиях, паломничество;
- прочие цели, включая и покупки, совершаемые в ходе поездки.

Главная цель - цель поездки (посещения), без достижения которой путешествие состояться не может. В национальной практике применяются следующие виды целей: служебные, туризм, частные, транзит, обслуживающий персонал (водители автотранспортных средств и экипажи морских, речных и воздушных судов, бригады

железнодорожного транспорта); оздоровительные, познавательные, профессионально-деловые спортивные, религиозные (для классификации туров).

Туризм социальный - разновидность туризма, субсидируемого из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условий для путешествий, отдыха и лечения детям, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации оказывают социальную помощь; перечень и категории социальных туристов определяются соответствующими законами и правовыми актами.

Туризм самостоятельный - разновидность туризма, большую часть которого составляют спортивно-оздоровительные мероприятия, путешествия, организуемые туристами самостоятельно с использованием активных способов передвижения в соответствии с действующими нормативными документами. Как правило, участники подобных путешествий ставят перед собой цель получения спортивных разрядов и званий в туризме.

Туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные и иные объекты в стране (месте) временного пребывания, способные удовлетворить духовные потребности туристов и экскурсантов, содействовать восстановлению и развитию их духовных и физических сил. К туристским ресурсам относятся и особоохраняемые природные территории (ООПТ), а также лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, развлечения и торговли, объектов общественного питания, познавательного, делового и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков, другие услуги, необходимые при организации и совершении путешествий (поездок).

Туристская инфраструктура - совокупность путей сообщения (дороги, подъездные пути, вокзалы, аэропорты, пристани и т.п.), коммуникаций (водопроводная, электрическая и газовая сети, отопление, канализация, средства связи и т.п.), туристских ресурсов, объектов туристского показа, средств размещения и питания, объектов торговли, бытового и лечебно-профилактического обслуживания, спортивных сооружений, а также других объектов, необходимых для обеспечения и развития индустрии туризма.

Туристский продукт (пакет туристских услуг) - предварительно организованная туроператором комплексная туристская услуга, включающая, по крайней мере, две услуги: перевозка туриста в страну (место) временного пребывания и размещение; продаваемая или предлагаемая к продаже по единой паушальной цене. При этом период оказания услуг превышает 24 ч или включает ночевку. В пакет могут входить и другие туристские услуги, связанные с планированием, организацией и проведением путешествия (поездки).

Продвижение туристского продукта - совокупность мер, включая прямую рекламу, участие в туристских выставках, ярмарках, издание специализированных каталогов, буклетов, организацию информационных поездок и других мероприятий, направленных на реализацию турпродукта.

Туроператор (турорганизатор) - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующее на основании лицензии на туроператорскую деятельность, осуществляющее планирование и организацию путешествия (поездки),

продвижение пакета туристских услуг, необходимых для поездки, его оптовую и розничную покупку и продажу, а также оказание других туристских услуг, связанных с проведением путешествия (поездки).

Турагент - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующие на основании лицензии турагентскую деятельность и осуществляющие продвижение пакета туристских услуг, необходимых для совершения путешествия (поездки), предложенные на договорных началах туроператором, а также розничную продажу пакета услуг потребителю (туристу), включающую согласно ОКДП, также бронирование услуг, оформление выездных документов на путешествие по зарубежным странам, а также бронирование билетов международных перевозчиков.

Экскурсионное бюро - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий в установленном порядке экскурсионную деятельность, в том числе по планированию, организации, продвижению и реализации комплексной экскурсионной услуги, включая проведение экскурсии, а также оказание других услуг, связанных с проведением экскурсии.

Экскурсия - посещение с целью ознакомления музеев, выставок, других мест туристского интереса, кратковременные поездки (прогулки) с образовательными, спортивными или иными целями на коллективной или индивидуальной основе.

Экскурсовод (гид, гид-переводчик) - физическое лицо, имеющее соответствующее профессиональное образование и подготовку, сопровождающий туристов при посещении ими мест туристского интереса и дающий необходимые туристам сведения на их родном языке.

Гостиница (коллективное средство размещения, гостиничное предприятие) - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания. По нормативным документам Российской Федерации, гостиницы, включая туристские, входят в состав гостиничных предприятий, к которым также относятся мотели, кемпинги, общежития для приезжих и другие средства размещения.

Специализированные средства размещения - санаторно-курортные (лечебно-профилактические) организации, организации отдыха и туризма. В их числе - санатории и пансионаты с лечением, санатории-профилактории, дома отдыха, пансионаты, базы и другие организации отдыха, туристские базы.

Перевозчик - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющее регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перевозчик воздушный (авиаперевозчик) - эксплуатант, имеющий лицензию на осуществление воздушной перевозки пассажиров, багажа, грузов, почты и осуществляющий регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Туристские формальности - процедуры, связанные с соблюдением туристами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны выезда и пребывания. Формальности подразделяются на группы: паспорта и визы; валютный контроль и контроль за обменом валюты; таможенные правила и медицинские формальности.

Туристская деятельность - деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, деятельность по планированию и организации отдыха в клубах с проживанием (клубах отдыха), включая продажу прав на клубный отдых, а также иная деятельность по планированию, организации, продвижению и продаже поездок и путешествий.

Гостиничная деятельность - деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

Экскурсионная деятельность - деятельность юридических и физических лиц, обладающих в установленном порядке правами на организацию посещений гражданами туристских ресурсов в стране (месте) временного пребывания и их реализации, а также иная деятельность, которая не включает ночевки экскурсанта в месте пребывания и охватывает период пребывания не более 24 ч.

Лицензия - специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю. Лицензия может быть аннулирована решением суда на основании заявления лицензирующего органа.

Туристская услуга - результат непосредственного взаимодействия исполнителя услуги и ее потребителя (туриста), а также собственная деятельность исполнителя услуги по удовлетворению потребности потребителя в организации поездки (путешествия) и ее осуществлении и других, связанных с этим потребностей. По функциональному назначению туристская услуга может быть материальной (размещение, питание, транспорт) и социально- культурной (экскурсии и другие подобные мероприятия).

Туристская путевка - письменный акцент оферты туроператора или турагента на продажу пакета услуг, являющийся неотъемлемой частью договора на туристское обслуживание, а также документом первичного учета деятельности туроператора или турагента. Путевка - бланк строгой отчетности туроператора, служит подтверждением факта заключения договора на туристское обслуживание и его оплату.

Программа туристского путешествия (программа обслуживания, пребывания) - план последовательных мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на маршруте, в гостинице, посещения мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсий), питания, также перемещения на маршруте с помощью указанных в программе внутримаршрутных транспортных средств.

Паспорт средства размещения - декларативный документ, содержащий точное описание местоположения, материально-технической базы и перечня услуг, предоставляемых клиенту в средстве размещения.

Сервис-характеристика средства размещения - стандартизированный перечень услуг и материально-технических средств для их оказания, который содержится в паспорте средства размещения и используется при его продвижении. Сервис-характеристика средства размещения публикуется в официальном туроператорском каталоге (каталоге маршрутов).

Скидка - уменьшение первоначальной продажной цены от опубликованной, справочной. Скидки бывают сезонные, групповые, выходного дня, для постоянных клиентов, детей и т.д.

Опубликованные тарифы (rack-rate) - официально опубликованные для клиентов «справочные» цены, цены розничной продажи гостиничных услуг, цены «у стойки», как правило, - это максимально высокие цены.

Агентские (конфиденциальные) тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые для реализации турагенту и выражающиеся в виде процентных скидок от опубликованных тарифов.

Корпоративные тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые коллективным заказчиком, не осуществляющим туроператорскую и турагентскую деятельность и выражающиеся численно в виде процентных скидок от опубликованных тарифов.

Туроператорские тарифы - цены на гостиничные услуги, предлагаемые для реализации туроператору и выражающиеся численно в цене, установленной гостиницей, которая не включает торговую надбавку туроператора.

Групповые тарифы - цены-нетто (net-rates) для размещения групп туристов с одинаковой программой пребывания. Цены-нетто формируются из официально опубликованной цены с групповой скидкой, как правило, без комиссии.

Апгрейд - предоставление услуги размещения (номера), с повышением категории без взимания с туриста дополнительной платы.

Ценовой период - период времени, в течение которого все тарифы остаются неизменными. Обычно ценовой период совпадает с сезонами туристской активности.

Сезонно-ценовой план - совокупность всех ценовых периодов, образующих год или сезоны, когда работает средство размещения.

Высокий сезон - период наибольшей деятельной активности в туризме, самое популярное время года для поездок (путешествий); период наиболее высоких тарифов на туристские услуги. Высокий сезон может не совпадать с временами года. В ряде стран он не может быть менее 3 месяцев.

Низкий сезон - наименее популярное время для поездок (путешествий), как правило, период действия максимальных скидок.

Номерной фонд - общее количество номеров в гостиничном предприятии.
Единовременная вместимость - общее количество мест (койко-мест, постоянных кроватей) в гостиничном предприятии или специализированном средстве размещения.

Предоставление ночевок (койко-суток) гостиничными предприятиями - использованное число постоянных и временных мест, включая бронирование. Определяется по книге учета проживающих.

Коэффициент использования гостиничного фонда - число предоставленных ночевок, деленное на произведение единовременной вместимости и числа дней в году.

Мощность номерного фонда - общее количество номеро-дней в году в гостиничном предприятии.

Показатели эффективности номерного фонда - в соответствии с общемировым стандартом ведения учета на гостиничном предприятии USAI (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry), включают:

- количество номеро-дней в эксплуатации - мощность номерного фонда за вычетом номеров, постоянно используемых для собственных нужд гостиницы в течение года, а также номеров, находящихся в вынужденном простое более одной недели;
- количество занятых номеро-дней (Rooms occupied ра) - уточненный показатель количества номеро-дней в эксплуатации, за вычетом номеров, временно используемых для собственных нужд гостиницы и номеров, предоставленных для бесплатного проживания гостей;
- коэффициент загрузки - отношение занятых номеро-дней к количеству номеро-дней в эксплуатации;
- средний срок проживания - отношение количества использованных человеко-дней к фактическому количеству гостей, проживающих в гостинице за плату в соответствующем периоде.

Квота (Room Block) - количество номеров, выделяемых в определенный период туроператору (турагенту) средством размещения на основании договора.

Фиксированная квота - квота с закреплением определенных номеров гостиничного фонда за конкретным туроператором (турагентом).

Безвозвратное квотирование - совокупность обязательств туроператора и средства размещения, при которых средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на весь период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных турагентов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг, без права остановки продажи.

Возвратное квотирование (on allotment) - передача средством размещения туроператору права на реализацию в течение определенного периода времени (периода квотирования) квоты для размещения туристов -клиентов туроператора.

Продажа услуг средства размещения по запросу (on request) - означает, что после каждой заявки клиента в средство размещения направляется запрос туроператора. Подтверждение или отказа от заявки должны быть направлены туроператору в течение 24 ч.

Свободная продажа услуг средств размещения (free sale) - предоставление средством размещения своим партнерам (туроператорам, турагентам и др.) права самостоятельно

подтверждать их клиентам бронирование мест в средстве размещения, с одновременным уведомлением последнего о произведенном бронировании.

Релиз-дата - день возврата туроператором (турагентом) средству размещения непроданных (незарезервированных) номеров, отстоящий от фактической даты на продолжительность релиз-периода.

Релиз-период (период высвобождения) - период времени, в течение которого происходит высвобождение номеров из квоты.

Период остановки продажи - период времени, за который нереализованный остаток квоты туроператора (турагента) изымается средством размещения.

Остаток квоты - номера квоты, нереализованные туроператором (турагентом) к моменту объявления остановки продажи. При этом туроператор обязан забронировать в течение 24 ч с момента объявления остановки продажи все реализованные и незабронированные номера, а средство размещения обязано в безусловном порядке подтвердить бронирование.

Прямое бронирование - бронирование без посредников.

Негарантированное бронирование - вид «прямого» бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до 18.00 ч дня заезда, после чего бронь аннулируется без применения штрафных санкций.

Гарантированное бронирование - вид «прямого» бронирования, при котором средство размещения предоставляет клиенту номер до расчетного часа дня следующего за днем запланированного заезда. При этом применение штрафных санкций зависит от формы оплаты заказа. В случае поздней аннуляции поездки или незаезда штрафные санкции, как правило, равны стоимости одного дня пребывания (ночевки).

Бронирование гостиничных услуг на договорных условиях - вид долговременного сотрудничества и партнерских отношений средства размещения с туроператорами, турагентами, корпоративными клиентами на основе заключения взаимовыгодных договоров, связанные с такими понятиями, как «продажа по запросу» и «свободная продажа».

Заказ (резервация) - одноразовый акт бронирования определенных услуг на определенные сроки для определенных туристов.

Список с условиями заказа - список, содержащий фамилии, имена и пол лиц, входящих в группу; информацию о распределении номеров и услуг, которые должны быть оказаны группе; информацию, официально требуемую министерством внутренних дел страны прибытия. Подтверждение заказа - официальный ответ средства размещения о согласии принять и исполнить заказ.

Аннуляция заказа - отказ туроператора (турагента) от всего или части заказа. Аннуляция подразделяется на незаезд или позднюю аннуляцию.

Незаезд - фактическое неприбытие туриста в средство размещения в запланированный день заезда или аннуляция заказа, сделанная менее, чем за 24 ч до даты заезда, указанной в заказе.

Аннуляционные сроки - количество календарных дней до даты заезда, при соблюдении которых аннуляции считаются своевременными. При уменьшении установленных сроков аннуляции считаются поздними.

Аннуляционный штраф - сумма, выплачиваемая туроператором средству размещения в случае нарушения аннуляционных сроков (незаезда или поздней аннуляции).

День заезда - дата прибытия туриста в средство размещения.

Время предоставления номера (check in time) - время заселения туриста в номер (местное) в день заезда.

День отъезда - дата выезда туриста из средства размещения.

Время освобождения номера (check out time) - время (местное), не позднее которого турист должен освободить номер в день отъезда.

Порядок оплаты за заказ - порядок расчетов, производимых туроператором со средством размещения, который включает полный или частичный авансовый платеж (предоплату); при этом окончательный расчет за предоставленные услуги производится по факту оказания данных услуг.

Полный (или частичный) аванс - порядок оплаты, при котором туроператор перечисляет на счет средства размещения авансовый платеж за услуги, которые будут оказаны клиентам туроператором после получения аванса; аванс может составлять полную (полный аванс) или неполную (частичный аванс) стоимость услуг, подлежащих оказанию. Частичный аванс может принимать форму залога (задатка) или гарантийного депозита. В международной практике задаток - договорная компенсация, которая не подлежит возврату в случае расторжения договора по вине стороны, внесшей задаток, но которая подлежит возврату в определенном размере в случае расторжения договора по вине стороны, получившей задаток.

Оплата по факту оказания услуг - порядок оплаты, при котором туроператор в течение определенного срока после подтверждения средством размещения факта оказания услуг в полном объеме оплачивает оказанные услуги. При этом факт оказания услуг подтверждается предъявленным средством размещения туроператору счета, туристского ваучера и других документов, определенных договором.

Вопросы для самоконтроля по темам:

1. Безопасность в туризме: понятие несчастного случая, виды опасностей, профилактика.
2. Современное состояние и тенденции развития индустрии туризма в мире и в РФ.
3. Внешние и внутриотраслевые факторы, воздействующие на развитие международного туризма.
4. Общая характеристика туризма как отрасли.
5. Функции туризма и основные критерии, отличающие туризм от путешествия.
6. Основные виды и формы туризма, выделяемые на основе целей путешествия.
7. Типы туристов
8. Классификация туристских ресурсов: отечественный и зарубежный опыт.
9. Структура туристского потенциала. Методики оценки туристского потенциала и оценка территорий для туристского использования.
10. Выделите и кратко охарактеризуйте основные типы туристских учреждений. Какие разновидности учреждений отдыха вы знаете.
11. Определение понятия «туристская дестинация», типы туристских дестинаций. Основные принципы и особенности туристского районообразования.
12. Турпродукт. Основные составляющие производства турпродукта: факторы, средства и технологии производства.
13. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка.
14. Понятие, признаки, принципы и функции экскурсии. Классификация экскурсий и формы экскурсионного обслуживания, используемые в работе туристского предприятия.
15. Важнейшие типы предприятий досугово-развлекательной сферы. Основные типы туристской анимации и их характеристика.
16. Сущность и содержание методики оценки рекреационного потенциала туристских центров России и зарубежных стран.
17. Формы и виды обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма. Уровень обслуживания.
18. Состояние рынка въездного и выездного туризма в РФ: проблемы, тенденции развития.
19. Особенности организации транспортного обслуживания в туризме.
20. Психология туризма

Практические занятия

1. Составление карты туристских ресурсов
2. Рассмотреть влияние туризма на занятость населения
3. Определить влияние туризма на экономику региона.
4. Классификация видов туризма по разным признакам
5. Характеристика структуры предоставляемых видов услуг в отрасли туризма
6. Понятие гостеприимства, его особенности
7. Основные данные годовых туристских потоков по въезду и выезду из России.
Проанализируйте статистические данные по разным видам туризма
4. Особенности организованного туризма.
5. Классификация туров по целям, возрасту, по интенсивности продаж туристических путевок, продолжительности
6. Основные средства размещения и их классификацию.
7. Требования, предъявляемые к зданиям и сооружениям средств размещения.
8. Основные правила размещения туристов в гостинице.
9. Требования, предъявляемые к предприятиям питания.
10. Характеристика основных помещений предприятий питания.
11. Технологическая схема обеспечения питания туристов.
12. Экскурсия в туристскую фирму.
13. Создание модели туристской фирмы.
14. Обоснование выбора организационно-правовой формы, протокол о намерениях, учредительные документы, подготовка и регистрация фирмы.
15. Способы продвижения туристского продукта.
16. Виды и особенности туристского продукта.
17. Оценка эффективности рекламной кампании туристской фирмы.

Темы для самостоятельного выполнения

1. Изучение опыта развития науки о туризме в России и за рубежом
2. Проведение сравнительного анализ методов, применяемых в туристской индустрии.
3. Международная и российская классификации целей поездок
4. Определение понятия внешнего и внутреннего туризма
5. Определение понятия туризма как отрасли
6. Отличие туризма от путешествий
7. Услуги и их значение в формировании туристского продукта
8. Методика формирования туристского продукта
9. Путешествия в древнем мире
10. Путешествия в средние века
11. Элементы туристско-экскурсионной работы в конце 17-начале 18 вв.
12. Классификация туров по целям, возрасту, по интенсивности продаж туристических путевок, продолжительности
13. Классификация предприятий в туризме.
14. Классификация предприятий в туризме и гостинично - ресторанном бизнесе.
15. Виды и средства размещения туристов.
16. Предприятия досуга и развлечений.
17. Классификации предприятий сферы туризма. Международная и российская классификация гостиниц.
18. Основные направления работы гостиничных комплексов
19. Классификация и требования к предприятиям питания в туризме.
20. Туристские ресурсы Приморского края.
21. Типовые договора, используемые в туристской деятельности

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Итоговый контроль по дисциплине

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Организация туристской индустрии»

1. Этапы становления индустрии туризма Развитие массового туризма в мире
2. История развития в туризме
3. Турист как объект туризма Туристский продукт
4. Туристская индустрия
5. Туристский рынок
6. Классификация форм туризма
7. Классификация видов туризма по целям
8. Классификация видов туризма по характеру организации путешествия
9. Организация походного и спортивного туризма
10. Социально-культурное влияние туризма
11. Воздействие туризма на окружающую среду
12. Воздействие туризма на экономику
13. Рекреационные ресурсы и их освоение
14. Основные туристские центры России
15. Основные туристские центры ближнего зарубежья
16. Основные туристские центры дальнего зарубежья
17. Классификация туристских маршрутов
18. Разработка маршрутов
19. Порядок формирования и реализации туров
20. Паспортные формальности
21. Визовые формальности
22. Таможенные формальности
23. валютный контроль и обмен валюты
24. Санитарный и эпидемиологический контроль
25. Страхование
26. Стандартизация
27. Учредительные документы туристской фирмы
28. Постановка туристского предприятия на учет
29. Порядок ликвидации туристической фирмы
30. Сезонности туристского потребителя
31. Социально-психологические особенности туристской деятельности
32. Реклама в индустрии туризма
33. Влияние туризма на региональное развитие
34. Каналы распространения рекламы в туристском бизнесе
35. Имидж туристской фирмы
36. Характеристика выездного туризма
37. Характеристика въездного туризма

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. - МФ МЭСИ, 2009. – 300 с.
2. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира. - М.: ФИС, 2011. – 2010. – 400 с.
3. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. - М.: ИП «Экоперспектива», 2010. – 260 с.
4. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: ИНФРА-М, 2012. – 250 с.
5. Азар В., Туманов С. Экономика туристского рынка. - М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 400с.
6. Большаник П.В., География туризма: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / П. В. Большаник. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. - 304 с.
7. Погодина В.Л. География туризма: учебник для студентов вузов / В. Л. Погодина, И. Г. Филиппова. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 256 с.
8. Матюхина Ю.А., Организация туристской индустрии: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Ю. А. Матюхина. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. - 304 с.
9. География туризма: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по специальности "Туризм" / [авт.: М. В. Асташкина, О. Н. Козырева, А. С. Кусков, А. А. Санинская]. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. - 430 с.
10. Алексеева, Н. П. Tourismus. Туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. П. Алексеева. - М.: ФЛИНТА : НОУ ВПО «МПСУ», 2012. – 336 с.
11. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учеб. 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., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 463 с.

Дополнительные источники:

1. Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм: Учебное пособие / А.С. Кусков, О.В. Лысикова.- Ростов н/Д.: «Феникс», 2012.- 320с.
2. Ягодынская Н.В., Малышкин С.А. Культурно-исторические центры России: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Н.В. Ягодынская, С.А. Малышкин. – М.: Издательский центр «Академия», 2011,- 272с.
3. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2011. – 272с.
4. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия: Учебно-практическое пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2012.- 400с.
5. Косолапов А.Б., География российского внутреннего туризма: учебное пособие для студентов вузов / А. Б. Косолапов. - 3-е изд., стереотип. - М. : КНОРУС, 2010. - 272 с.
6. Лукьянова Н.С., География туризма: туристские регионы мира и России: практикум: учебное пособие для студентов вузов / Н. С. Лукьянова. - М. : КНОРУС, 2010. - 168 с.