

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСТИНИЦ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Технология и организация экскурсионных услуг (международный туризм)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Организация взаимодействия гостиниц с туристическими предприятиями
Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.п.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ О.Р. Полякова

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 15.02.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения	8
5.1 Система оценивания	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
6.1 Список источников и литературы	16
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	17
9. Методические материалы	18
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	18
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	25
9.3 Иные материалы	25
Приложение 1. Аннотация дисциплины	27

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки, принятию управленческих решений в процессе деятельности.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ и практических навыков формирования туристского продукта;
- изучение особенностей взаимодействия туристских предприятий с партнерами по организации обслуживания и сбыту туристского продукта и туристских услуг;
- освоение методов и приемов продвижения туристского продукта и услуг до потребителя и его реализации;
- изучение методов анализа и расчета затрат туристского предприятия по производству туристского продукта;
- изучение прикладных методов исследования для организации деятельности туроператоров и турагентов;
- изучение принципов и методов организации обслуживания туристов во время путешествий.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 - Готов к реализации проектов в туристской индустрии	ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора	Знать: прикладные методы исследований при формировании, продвижении и реализации туристского продукта и туруслуг; Уметь: использовать прикладные методы исследования при организации деятельности туроператоров и турагентов; Владеть: способностью применения в туристской деятельности прикладных методов исследования для формирования продвижения и реализации туристского продукта

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Организация взаимодействия гостиниц с туристическими предприятиями» относится к части блока учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономика впечатлений, История туризма и гостеприимства, Разработка концепции туристской услуги, Ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Внутрикorporативное управление, Клиентоориентированность в туризме и процедуры обслуживания, Организационно-управленческая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	8
4	Семинары	4
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Агентское и операторское предпринимательство в туризме	Виды предпринимательской деятельности в туризме. Условия предпринимательской деятельности в туризме. Инновации туристских предприятий. Состояние современного туристского рынка. Деятельность туроператоров и турагентов на туристском рынке. Предпосылки возникновения туроператорского предпринимательства в России и его развитие. Основные принципы предпринимательской деятельности в туризме. Предпринимательская деятельность туроператорских и турагентских фирм.
2	Разработка турпродукта	Этапы и условия разработки туристского продукта. Тур-проектирование. Проектирование туристской услуги. Порядок и правила проектирования туристских услуг. Результат проектирования туристской услуги. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Этапы планирования тура. Договорная компания туроператора с поставщиками услуг. Выбор туроператором схемы деятельности с поставщиками услуг. Методы исследований при формировании турпродукта. Взаимоотношения с предприятиями размещения и питания. Договорные взаимоотношения с автотранспортным

		<p>предприятием. Взаимодействие туроператора с железной дорогой, экскурсионной фирмой, музеем и пр.</p> <p>Расчет стоимости тура. Факторы, влияющие на уровень и динамику цен туроператора. Методы расчета цены на туристский продукт. Эффективная ценовая политика туроператора.</p> <p>Подготовка туристской документации.</p> <p>Компьютерные формы документирования туров.</p>
3	Взаимодействие рецептивного и инициативного туроператоров по организации тура	<p>Требования к туроператору рецептивному и инициативному. Схемы деятельности туроператора рецептивного и инициативного с поставщиками туристских услуг. Взаимодействие рецептивного и инициативного туроператоров. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами рецептивным и инициативным.</p>
4	Туристские формальности	<p>Паспортно-визовые формальности. Виды паспортов. Порядок работы с заграничным паспортом. Визовая поддержка. Виды виз. Условия их получения. Работа с посольствами. Аккредитация турфирм при посольствах. Работа с визовыми центрами. Медицинские формальности. Таможенные формальности.</p>
5	Сбытовая сеть туроператора	<p>Продвижение турпродукта и туруслуг на рынок. Методы продвижения. Схемы рыночных каналов продвижения продукта. Система сбыта. Требования к турагентам. Функции и задачи турагента. Агентские сети. Каналы сбыта туристского продукта и туруслуг. Виды и условия договоров между туроператорами и турагентами. Условия сотрудничества туроператоров с турагентами. Воркшопы в деятельности туроператоров и турагентов.</p>
6	Рекламная деятельность турфирм	<p>Понятие и цели туристской рекламы. Функции рекламы. Основные принципы рекламы. Виды рекламы в туризме. Планирование рекламной деятельности турфирм. Рекламные исследования. Средства рекламы. Выбор средств рекламы. Тактические решения по рекламе. График выхода рекламных обращений. Изготовление рекламного обращения. Формирование рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Использование информационных технологий в рекламной деятельности турфирм.</p>
7	Выставочная деятельность турфирм	<p>Выставочные мероприятия. Этапы выставочной деятельности турфирм: предварительная подготовка к выставке, работа на выставке, работа после выставки. Рекламно-информационный материал. Использование турфирмой инновационных технологий в выставочной деятельности.</p>
8	Нерекламные методы	<p>Виды нерекламных методов продвижения</p>

	продвижения турпродукта и туруслуг	турпродукта. Задачи и методы стимулирования потребителей и турагентов. Презентация турпродукта в офисе турфирмы. Прямая рассылка информации. Информационные поездки. FAM-туры. Создание рекламного имиджа. Пропаганда туризма. Public Relations.
9	Реализация туристского продукта и туруслуг	Традиционная и нетрадиционная формы продаж продукта туроператора. Потребители туристского продукта и туруслуг. Виды продаж. Представление и выбор туров. Поиск и бронирование туров. Заключение сделки. Информация по дополнительным услугам. Программы бронирования туров. Преимущества системы бронирования on-line.
10	Организация обслуживания туристов на маршруте	Виды обслуживания туристов. Представители туроператоров в курортных и туристских центрах, их функции и задачи по обслуживанию туристов во время поездки. Проблемы по обслуживанию туристов, возникающие во время поездки. Факторы риска в туризме. Основные направления работы туристских предприятий по организации и обеспечению безопасности. Меры по предупреждению и снижению ряда факторов риска. Страхования туристов. Стратегия обслуживания. Качество туристского обслуживания. Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания. Основные направления в организации качества обслуживания туристов. Стандарты качества. Условия и правила организации эффективного обслуживания. Разрешение конфликтных ситуаций при организации обслуживания. Основные направления в организации качественного обслуживания туристов. Роль персонала в качественном обслуживании туристов.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Агентское и операторское предпринимательство в туризме	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Разработка турпродукта	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Взаимодействие рецептивного и инициативного туроператоров по	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних

	организации тура		заданий посредством электронной почты
4	Туристские формальности	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Сбытовая сеть туроператора	Лекция 5 Семинар 5. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Рекламная деятельность турфирм	Лекция 6 Семинар 6 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Выставочная деятельность турфирм	Лекция 7 Семинар 7 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг	Лекция 8 Семинар 8 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
9	Реализация туристского продукта и туруслуг	Лекция 9 Семинар 9 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
10	Организация обслуживания туристов на маршруте	Лекция 10 Семинар 10 Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-5)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 6-10)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
95 – 100	отлично	A
83 – 94		B
68 – 82		C
56 – 67	удовлетворительно	D
50 – 55		E
20 – 49	неудовлетворительно	FX
0 – 19		не зачтено

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные темы презентаций

1. Выставка как эффективный способ продвижения в деятельности туристского предприятия.
2. Роль выставочных мероприятий в деятельности туроператоров.
3. Планирование выставочной деятельности туроператора (на конкретном примере).
4. Ведущие мировые туристские выставки.
5. Региональные туристские выставки и их характеристика.
6. Ведущие международные туристские выставки, проводимые в России.
7. Выставочная деятельность туроператорских и турагентских фирм.
8. Деятельность турфирм по оформлению виз для российских и иностранных туристов.
9. Оформление шенгенских виз для разных категорий туристов.
10. Формирование паспортной системы в России.
11. Страны с безвизовым въездом для российских туристов.
12. Виды загранпаспортов и их оформление.
13. Рекламно – информационный материал для продвижения турпродукта и туруслуг.
14. Шенгенская и национальная визы.
15. Работа туроператоров с посольствами и визовыми центрами.

Тесты для проведения текущего контроля

Тест 1. Разработка турпродукта

1. Каковы этапы тур- проектирования?

А) Изучение потребительского спроса на туристском рынке, разработка маршрута, выбор услуг, составление программы.	Б) Выбор поставщиков туристских услуг, договорная компания с поставщиками услуг, ценообразование, подготовка туристской документации.	Все вышеперечисленное.

2. Каковы этапы тур- планирования?

А) Изучение потребительского спроса на туристском рынке, разработка маршрута, выбор услуг, составление программы.	Б) Маркетинговые исследования, выбор поставщиков туристских услуг, договорная компания с поставщиками услуг, ценообразование, подготовка туристской документации	Все вышеперечисленное.
---	--	------------------------

3. Результатом проектирования туристских услуг является:

подготовка: технологической карты туристского путешествия, информационного листка к турпутевке, листка с дополнительной информацией	подготовка: Перечня основных работников обеспечивающих оказание услуг, стандарты работы персонала	В) Подготовка полностью туристской документации по туру
---	---	---

4. Проектирование тура осуществляется:

Туроператором	Б) Поставщиками туристских услуг	Все вышеперечисленное
---------------	----------------------------------	-----------------------

5. Что представляет собой проект тура?

А) Не конкретизированное (до наименования отелей, перевозчиков и пр.) представление о будущем продукте.	Б) Сформированный полностью тур	В) Модель тура, включающая программу обслуживания, проект договорной компании
---	---------------------------------	---

6. Каким должен быть тур- проект?

А) Конкурентоспособным, ориентированным на определенного потребителя..	Б) Широко популярным на рынке, представлять компромисс между потребностями туриста и возможностями туроператора..	В) Все вышеперечисленное.
--	---	---------------------------

7. В каком ГОСТе Р определены такие требования к туристским услугам как : точность и своевременность исполнения, соответствие назначению и комфортность?

А) ГОСТ Р 50690-2017	Б) ГОСТ Р 50681-2010	В) ГОСТ Р 50644-2009
----------------------	----------------------	----------------------

8. Каковы основные составляющие туристской программы?

А)основные и дополнительные услуги	Б)общие и специальные услуги	В)все вышеперечисленное
------------------------------------	------------------------------	-------------------------

9. При договоре о квоте мест на условиях элонтмента:

А) Гостиница не оплачивает предварительно квоту мест, а вносит плату перед каждым заездом.	Б) Гостиница оплачивает квоту мет предварительно.	В) Гостиница оплачивает квоту во время заезда туристов..
--	---	--

10. Формы сотрудничества между туроператором и гостиницей:

А) Покупка блока мест, бронирование мест.	Б) Аренда номеров, обмен номеров.	В) Всё вышеперечисленное
---	-----------------------------------	--------------------------

11. Планирование тура включает:

А) Разработку схемы деятельности туроператора по планированию и организации тура, договорную компанию, рас-	Б) Изучение спроса, комплек-тацию тура, разработку программы обслуживания.	В) Всё вышеперечисленное.
---	--	---------------------------

- | | | | |
|--|---------------------|--|--|
| | чѐт стоимости тура. | | |
|--|---------------------|--|--|
12. Какие виды бронирования номеров в гостинице существуют?
- | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| А) Предварительное и текущее. | Б) Стандартное и приоритетное. | В) Все вышеперечисленное. |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
13. Какие договоры заключаются между туроператором и авиакомпанией на чартерных перевозках?
- | | | |
|---------------------------------|--|---------------------------|
| А) Договор фрахта, тайм-чартер. | Б) Договор о блок-чартерной перевозке, агентское соглашение. | В) Все вышеперечисленное. |
|---------------------------------|--|---------------------------|
14. В каких случаях следует заключать договор с предприятием питания при организации тура?
- | | | |
|--|---|--|
| А) Выездное обслуживание, питание во время экскурсии | Б) Организация кулинарных туров, дополнительное питание | В) Организация праздничного стола, питание детей |
|--|---|--|
15. Следует ли туроператору заключать договоры с поставщиками услуг на предоставление дополнительных услуг?
- | | | |
|---------|------------|------------------|
| Следует | Не следует | в особых случаях |
|---------|------------|------------------|
16. Какие из перечисленных документов, согласно российским нормативным актам относятся к туристской технологической документации, входящей в «папку тура»?
- | | | |
|--|--|--|
| А) Путевка, маршрутный лист, график загрузки туристских предприятий, памятка туриста | Б) Описание маршрута, каталог, расчет стоимости тура, ваучер | В) Технологическая карта тура, информационный листок к турпутевке, лист бронирования, договор с туристом |
|--|--|--|
17. Какой договор заключает турист с турфирмой при покупке тура?
- | | | |
|--|----------------------------|---------------------------|
| А) Договор о реализации туристского продукта | Б) Договор оказания услуг. | В) Договор купли-продажи. |
|--|----------------------------|---------------------------|
18. Ваучер содержит следующую информацию:
- | | | |
|--|---|--|
| А) Маршрут, данные туриста, данные туроператора, срок пребывания, перечень оплаченных услуг. | Б) Маршрут, данные туриста, данные туроператора, срок пребывания, перечень оплаченных услуг, стоимость поездки. | В) Маршрут, данные туриста, данные туроператора, срок пребывания, перечень оплаченных услуг, стоимость поездки, дата оплаты. |
|--|---|--|
19. Является ли документация обслуживания утвержденной законодательно?
- | | | |
|--------------|-----------------|-----------------------------|
| А) Является. | Б) Не является. | В) Для принимающей стороны. |
|--------------|-----------------|-----------------------------|
20. Какие из нижеперечисленных документов выдают туристу на руки при покупке тура?
- | | | |
|--|---|---|
| А) Договор, ваучер, турпутевка, памятка, билеты на транспорт, страховой полис. | Б) Договор, ваучер, турпутевка, памятка, билеты на транспорт, страховой полис, лист бронирования. | В) Договор, ваучер, турпутевка, памятка, билеты на транспорт, страховой полис, график движения по маршруту. |
|--|---|---|

Тест 2. Формирование сбытовой сети туроператора

1. Внутренние каналы сбыта использует туроператор:

агг्रेसивный	инициативный	оба вида
--------------	--------------	----------

2. Внешние каналы сбыта – это:

А) Определенное число зарубежных фирм-посредников, принявших на себя обязательства	Б) Использование Интернета для продвижения туристского продукта на зарубежный	В) Определенное число фирм-посредников, на внутреннем рынке, занимающихся продажей
--	---	--

продавать в своей стране поездки в страну приема	рынок	туров российским туристам
--	-------	---------------------------

3. Назовите две формы организации сбыта туристского продукта.

А) Собственные бюро продаж и контрагентская сеть	Б) Продажа индивидуальным и корпоративным клиентам	В) Реализация в офисе и на выставках
--	--	--------------------------------------

4. Какие преимущества обеспечивает наличие у туроператора широкой и разветвленной турагентской сети?

А) успешная борьба с конкурентами, положительный имидж	Б) наличие полезных связей и знакомств, узнаваемость	В) увеличение продаж, выход на новые рынки и сокращение расходов на создание и содержание собственного бюро продаж
--	--	--

5. Как называется система сбыта туристского продукта через договора туроператора с туристскими агентствами?

А) контрагентская сеть.	Б) субагентская сеть.	В) торговая сеть.
-------------------------	-----------------------	-------------------

6. Независимые агентства – это:

А) Агентства, продающие туры любого туроператора, по выбору.	Б) Агентства, продающие туры только одного туроператора.	В) Агентства, продающие туры определенного туроператора на конкретном направлении.
--	--	--

7. Уполномоченные агентства – это:

А) Агентства, продающие туры любого туроператора, по своему выбору	Б) Агентства, работающие только с одним туроператором	В) Агентства, работающие с разными туроператорами
--	---	---

8. Какие факторы необходимо учитывать при подборе партнеров по сбыту?

А) Кредитоспособность, дееспособность, место расположения, методы продаж, виды взаиморасчетов.	Б) Правоспособность, опыт работы, количество работников, стаж работников.	В) все вышеперечисленное.
--	---	---------------------------

9. Прямая агентская сеть – это:

А) когда реализация туристского продукта осуществляется туроператором через агентство	Б) Когда реализация туристского продукта осуществляется напрямую потребителю	В) Когда реализация туристского продукта осуществляется через агентства и субагентов
---	--	--

10. Кредитоспособность турфирмы – это:

А) Право выходить на туристский рынок и принимать туристов .	Б) Способность исполнять обязанности и права, вытекающие из заключенной сделки.	В) Наличие необходимых денежных средств, для обеспечения своевременных расчетов по заключенной сделке.
--	---	--

11. Что является наиболее надежной гарантией кредитоспособности фирмы-партнера по сбыту?

А) Банковский референс	Б) Авансовые платежи	В) Честное слово
------------------------	----------------------	------------------

12. Что такое банковский референс?

А) Вид комиссионного вознаграждения, получаемого банками за участие в размещении займов	Б) Справка от банка об имеющемся счете фирмы, его размере и движении	В) Обязанность банковских работников не разглашать сведения о состоянии счета в банке
---	--	---

13. При стимулировании агентов туроператор использует:
- | | | |
|--|--|--------------------------|
| А) Бонусно - накопительную систему, премии, рекламные туры | Б) Прогрессивную комиссию и совместную рекламу | В) все вышеперечисленное |
|--|--|--------------------------|
14. Что необходимо учитывать при создании субагентской сети?
- | | | |
|--|--|--------------------------|
| А) Чем больше посредников, тем дороже туристский продукт | Б) Чем больше посредников, тем больше возможность искажения достоверной информации и ослабления контроля за деятельностью турагентов | В) Все вышеперечисленное |
|--|--|--------------------------|
15. Что такое FAM-тур?
- | | | |
|---|--|-------------------------------|
| А) Ознакомительный тур для турагента за счет туроператора | Б) Поощрительный тур для сотрудников фирмы | В) Эксклюзивный тур по заказу |
|---|--|-------------------------------|
16. Что такое агентское соглашение?
- | | | |
|--|---|---|
| А) Договор между производителем турпродукта и продавцом, реализующим туристский продукт на условиях комиссионного вознаграждения | Б) Договор о купле-продаже туристских услуг и продуктов между туроператором и турагентом для дальнейшей их реализации | В) Соглашение о порядке взаиморасчетов, между рецептивным и инициативным туроператорами при реализации турпродуктов |
|--|---|---|
17. Что является предметом и объектом агентского соглашения?
- | | | |
|--|--|---|
| А) Предмет – описание действия, объект – поименные туры или услуги, предоставляемые на определенных условиях | Б) Предмет – туроператор, предоставляющий туры, объект – туры, предоставляемые туроператором | В) Предмет – описание туров и услуг, объект – описание действия |
|--|--|---|
18. Каков порядок ответственности перед туристом при заключении агентского соглашения между туроператором и турагентом?
- | | | |
|--|---|--|
| А) Перед туристом всегда несет ответственность туроператор | Б) Перед туристом всегда несет ответственность турагент | В) Перед туристом всегда несет ответственность тот, от чьего имени заключена сделка с туристом |
|--|---|--|
19. Между туроператором и турагентом заключаются договоры:
- | | | |
|---|---------------------------------|--------------------------|
| А) Агентское соглашение и договор купли-продажи | Б) Договор комиссии и поручение | В) Все вышеперечисленное |
|---|---------------------------------|--------------------------|
20. Формирование сбытовой сети – это:
- | | | |
|---|---|--------------------------|
| А) Выбор туроператором партнеров по сбыту и заключение с ними договоров | Б) Дальнейшая работа туроператора с агентствами | В) все вышеперечисленное |
|---|---|--------------------------|

Практические задания

Задание. Разработать программу обслуживания познавательного тура. Составить рекламное обращение для рекламы познавательного тура (по выбору студента). Выбрать средства рекламы. Составить расписание выхода рекламных обращений в виде таблицы или графиков.

Задание. Разработать перечень функциональных обязанностей для агента по продажам турпродуктов и туруслуг. Составить план работы с клиентом.

Задание. Составить план маркетингового исследования потребительского спроса на туристском рынке для разработки автобусного тура. Разработать анкету опроса мнений потребителей.

Задание. Разработать программу продвижения туроператора по внутреннему туризму, используя средства рекламы, мероприятия PR, мероприятия по стимулированию сбыта.

Задание. Проанализировать рекламную деятельность туристского предприятия (на конкретном примере) и составьте перечень мероприятий, направленных на её улучшение.

Задание. Составьте памятку сопровождающего на международных автобусных маршрутах.

Задание. Подготовить презентацию на тему «Применение информационных технологий в деятельности туроператоров и турагентов».

Задание. Проанализировать туристские ресурсы и инфраструктуру региона (по выбору) для организации обслуживания туристов.

Задание. Подготовить презентации по теме: «Типы потребителей турпродукта и туруслуг, особенности работы с ними», «Особенности обслуживания туристов в эндемичных странах».

Примерные вопросы к зачёту с оценкой

1. Агентское и операторское предпринимательство. Деятельность турфирм на туристском рынке.
2. Современное состояние туристского рынка России.
3. Стадия разработки турпродукта, их последовательность и краткая характеристика.
4. Методы исследований при разработке туристского продукта.
5. Тур - проектирование. Этапы тур - проектирования и их характеристика.
6. Тур - планирование. Этапы тур - планирования и их краткая характеристика.
7. Формы взаимодействия турфирмы с гостиницей. Договоры, заключаемые турфирмой с гостиничными предприятиями.
8. Формы взаимодействия турфирмы с авиакомпанией. Договоры, заключаемые туроператором с авиакомпанией на перевозку туристов регулярными и чартерными рейсами.
9. Взаимодействие турфирмы с АТП.
10. Формы взаимодействия турфирмы с железной дорогой. Договоры, заключаемые турфирмой с железной дорогой.
11. Договоры на экскурсионное обслуживание и питание, заключаемые туроператором.
12. Взаимодействие туроператора с судовладельцем.
13. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров по организации и реализации туров. Преимущества и недостатки деятельности инициативного туроператора напрямую с поставщиками услуг и через рецептивного туроператора.
14. Ценообразование туристского продукта.
15. Туристская документация и её характеристика .
16. Паспортно-визовые формальности. Аккредитация турфирмы для работы с посольством. Прием и обслуживание туроператором иностранных туристов в России.
17. Таможенные формальности. Валютные и санитарные формальности.
18. Продвижение турпродукта на рынок туроператором и турагентом .
19. Формирование сбытовой сети туроператора. Взаимодействие туроператора с партнерами по сбыту.
20. Взаимодействие туроператора и турагента. Заключаемые договоры.
21. Рекламная деятельность турфирм.
22. Выставочные мероприятия и их классификация.
23. Выставочная деятельность турфирм. Этапы выставочной деятельности.
24. Рекламно-информационные издания. Каталоги. Требования к каталогам. Виды каталогов.

25. Бронирование и продажа туров. Виды продаж и их особенности.
26. Личные продажи и их преимущества. Этапы личной продажи туристского продукта и туруслуг.
27. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Их характеристика.
28. Деятельность туроператора по обеспечению безопасности путешествия. Источники риска в туризме. Меры, предпринимаемые для предотвращения действия факторов риска в туризме.
29. Виды обслуживания туристов. Программное обслуживание. Принципы и правила эффективного обслуживания.
30. Организация досуга туристов. Анимационное обслуживание туристов.
31. Деятельность представителей туроператора на маршруте.
32. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования. Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания.
33. Страхование туристов. Деятельность туроператора по страхованию туристов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Шувалова, И. А. Защита прав потребителей : учебное пособие / И.А. Шувалова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 181 с. — (Юридическая консультация). — DOI 10.12737/1477410. - ISBN 978-5-16-016995-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1860894>

Дополнительные

Трусова Н. М., Мухамедиева С. А., Ключев Ю. В. Туризм: междисциплинарный аспект: конспект лекций Кемерово: КемГУКИ, 2015
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438391&sr=1

Литература

Основная

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari.ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrari.ru>

4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblionline.ru/bcode/432460> (дата обращения: 08.01.2020).

Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с.

Дополнительная

Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва : Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального туристского продукта [Текст] = Problems and Prospects of Development of the National Tourist Product/Г.А.Карпова, А.В. Кучумов//Вестник Национальной академии туризма.–2016. - №2. – С. 16-18.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму
<http://www.rostourunion.ru> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма

<http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации
 Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Агентское и операторское предпринимательство в туризме
 Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.
 Дискуссия по изучаемой теме.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика агентского и операторского предпринимательства в туризме.
2. Факторы, способствующие развитию предпринимательской деятельности туристских фирм.
3. Использование инноваций в деятельности туристских фирм.
4. Организационно-правовые формы деятельности туроператорских и турагентских фирм.
5. Деятельность туроператоров и турагентов на современном туристском рынке России.
6. Условия предпринимательской деятельности туроператоров и турагентов на современном этапе.

7. Преимущества различных форм организации туристского бизнеса.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari. ru

2. Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с. – ВО – Бакалавриат. - ISBN 978-5-9275-2003-9.

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 2. Разработка турпродукта

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия по изучаемой теме. Проведение тестирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные принципы разработки проекта тура.
2. Этапы проектирования туристской услуги.
3. Основные нормативные документы при проектировании туристских услуг.
4. Формы и виды взаимодействия между турфирмой и поставщиками туристских услуг.
5. Прикладные методы исследований в деятельности туроператоров и турагентов.
6. Договорная компания с поставщиками туристских услуг.
7. Методы ценообразования туристского продукта и их преимущества и недостатки.
8. Проводимые исследования для определения затрат туристского предприятия.
9. Расчет стоимости тура (метод калькулирования).
10. Методическое обеспечение туристского продукта.
11. Пакет документов обязательный при разработке тура, согласно Российского законодательства в области туризма.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari. ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

4. Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с. – ВО – Бакалавриат. - ISBN 978-5-9275-2003-9.

Дополнительная литература:

1. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального туристского продукта [Текст] = Problems and Prospects of Development of the National Tourist Product/Г.А.Карпова, А.В. Кучумов//Вестник Национальной академии туризма.–2016. - №2. – С. 16-18.- Библиогр.: с. 18(7 назв.)

Тема 3. Взаимодействие рецептивного и инициативного туроператоров по организации тура

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия по изучаемой теме.

Вопросы для обсуждения:

1. Требования к инициативному и рецептивному туроператору.
2. Схемы взаимодействия рецептивного туроператора с инициативным туроператором.
3. Преимущества и недостатки не прямой схемы взаимодействия инициативного туроператора с поставщиками туристских услуг.
4. Преимущества и недостатки взаимодействия инициативного туроператора через рецептивный при организации турпоездки.
5. Основные пункты договора между инициативным и рецептивным туроператором.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari. ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

Дополнительная литература:

1. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального туристского продукта [Текст] = Problems and Prospects of Development of the National Tourist Product/Г.А.Карпова, А.В. Кучумов//Вестник Национальной академии туризма.–2016. - №2. – С. 16-18.- Библиогр.: с. 18(7 назв.)

Тема 4. Туристские формальности

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия, обсуждение презентаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и виды туристских формальностей.
2. Какими нормативно - правовыми документами регулируются туристские формальности в РФ.
3. Виды виз и правила их оформления.
4. Что такое шенгенская виза и как её получить?
5. Пакет документов необходимый для аккредитации турфирмы при консульстве.
6. Оформление виз разным категориям туристов.
7. Как и кто осуществляет таможенный контроль? Какие таможенные правила существуют в РФ?
8. Какие существуют правила по ввозу и вывозу валюты из разных стран мира?
9. Санитарно- эпидемиологические формальности в туризме.
10. В каких случаях необходимо соблюдать санитарные формальности?

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari. ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

4. Сухов Р.И. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Ростов-на-Дону : ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2016. - 267 с. – ВО – Бакалавриат. - ISBN 978-5-9275-2003-9.

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 5. Сбытовая сеть туроператора

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия по изучаемой теме. Проведение тестирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие факторы влияют на формирование системы сбыта туроператора?
2. Основной партнер туроператора по сбыту турпродуктов и туруслуг.
3. Схемы взаимодействия туроператора с турагентствами.
4. Какую сбытовую сеть формируют инициативный и рецептивный туроператоры?
5. Функции собственного бюро продаж туроператора.
6. Схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта на современном туристском рынке, их характеристика.
7. Посредники по сбыту турпродукта и туруслуг для туроператора.
8. Какие договоры заключает туроператор с партнёрами по сбыту турпродукта?
9. Популярный договор между туроператором и турагентом. Основные положения договора.

10. Какие факторы влияют на выбор партнера по сбыту?

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari. ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 6. Рекламная деятельность турфирм

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Виды рекламы, используемые для продвижения туристского продукта и туруслуг турфирмой.
2. В чем состоят особенности рекламы в индустрии туризма?
3. Сущность и направления рекламных исследований.
4. Регулирование рекламной деятельности в России.
5. Последовательность рекламной деятельности туристской фирмы.
6. Расчет затрат туристского предприятия на рекламную деятельность.
7. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы.
8. Популярные на современном этапе средства рекламы, их преимущества.

9. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности туристской фирмы.
Подведение итогов семинарского занятия.

Задание:

- Разработать программу обслуживания познавательного тура. Составить рекламное обращение для рекламы познавательного тура (по выбору студента). Выбрать средства распространения рекламы.

- Разработать программу продвижения туроператора по внутреннему туризму, используя средства рекламы, мероприятия PR, мероприятия по стимулированию сбыта.

- Проанализировать рекламную деятельность туристского предприятия (на конкретном примере) и составьте перечень мероприятий направленных на её улучшение.

Задание выполняется группами.

Подведение итог занятия и выставление оценок.

Список литературы:

Основная литература:

1. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari.ru

2. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432460> (дата обращения: 08.01.2020).

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 7. Выставочная деятельность турфирм

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Заслушивание и обсуждение презентаций по туристским выставкам, выставочной деятельности туроператоров и турагентов.

Вопросы для обсуждения:

1. Роль выставочных мероприятий в продвижении и реализации туристского продукта и туристских услуг.

2. Классификация выставочных мероприятий.

3. Авторитетные мировые туристские выставки.

4. Какие туристские выставки проводятся в РФ?

5. Этапы выставочной деятельности турфирмы.

6. Организационные вопросы планирования выставочных мероприятий.

7. Каковы правила организации стендовой команды?

8. Виды выставочных стендов. Принципы и средства оформления выставочного стенда.

9. Организация работы на стенде турфирмы во время прохождения выставки.

10. Затраты туристского предприятия для участия в выставочных мероприятиях.

11. Методическое обеспечение выставочных мероприятий.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari.ru

2. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432460> (дата обращения: 08.01.2020).

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Москва : Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 8. Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг
Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия по изучаемой теме.

Вопросы для обсуждения:

1. Цели и методы стимулирования в туризме.
2. Какие средства стимулирования турагентов использует туроператор?
3. Какие средства стимулирования клиентов при реализации туристского продукта и туристских услуг используют туроператоры и турагенты?.
4. Какую роль играет пропаганда в туристской деятельности?
5. Отличие туристской рекламы от пропаганды.
6. Какие туристские мероприятия организуются в целях пропаганды туристской деятельности?

7. Средства PR, используемые турфирмами.

8. Прямая рассылка информации туристам.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432460> (дата обращения: 08.01.2020).

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Москва : Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 9. Реализация туристского продукта и туруслуг

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Дискуссия по изучаемой теме.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие виды продаж используются турфирмами на современном туристском рынке? Их преимущества и недостатки.
2. Типы потребителей туристского продукта и туристских услуг.
3. Обслуживание, предоставляемое потребителям в турагентстве.
4. Этапы личных продаж их характеристика.
5. Процедура работы с клиентом в турфирме.
6. Бронирования туристского продукта и туристской услуги в турагентстве.

7. В чем состоит преимущество бронирования через Интернет?
8. Использование информационных технологий при реализации туристского продукта.
9. Особенности реализации индивидуальных и групповых туров.
10. Особенности реализации специализированного туристского продукта.
11. Роль менеджера в реализации туристского продукта и туристских услуг.

Подведение итогов семинарского занятия.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

Дополнительная литература:

1. Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.- ISBN 978-5-9276-0329-4.

Тема 10. Организация обслуживания туристов на маршруте

Проверка готовности студентов к занятию, объяснение цели занятия.

Выполнение практического задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Требования, предъявляемые к туристскому обслуживанию.
2. Что подразумевается под понятием оптимальное и качественное обслуживание?
3. Какие виды обслуживания предоставляются туристам турфирмами?
4. Направления деятельности туроператора по обеспечению безопасности туристов во время путешествия.
5. В чем заключается стратегия обслуживания туристов?
6. Деятельность сопровождающего на туристско - экскурсионных маршрутах.
7. Принципы организации эффективного и качественного обслуживания туристов.

Подведение итогов семинарского занятия.

Задание:

- Разработать перечень функциональных обязанностей для агента по продажам турпродуктов и туруслуг. Составить план работы с клиентом.
- Составьте памятку сопровождающего на международных автобусных маршрутах.
- Подготовить презентацию на тему «Применение информационных технологий в деятельности туроператоров и турагентов».
- Подготовить презентации по теме: « Типы потребителей турпродукта и туруслуг, особенности работы с ними», «Особенности обслуживания туристов в эндемичных странах».

Задание выполняется группами.

Подведение итогов и выставление оценок.

Список литературы:

Основная литература:

1. Кусков, Алексей Сергеевич. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : Учебник. - Москва; Москва : Издательство "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-91134-370-5.

2. Косолапов, А.Б.. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — . Москва : КНОРУС, 2018. URL: elibrari.ru

3. Матяш С.А., Бритвина В.В., Седенков С.Е. Технология и организация туроператорских и турагентских услуг Учебное пособие / Москва, 2016. – URL:<https://elibrary.ru>

Дополнительная литература:

Джум Т.А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Москва :Издательство «Магистр» : ООО научно-издательский центр ИНФРА-М, 2015.-368с.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Компьютер с выходом в интернет.

Устройство вывода изображения.

Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к презентации

Распределение тем презентации между студентами осуществляется заблаговременно.

Приступая к подготовке электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения.

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- основная часть (не менее 20 слайдов);
- заключение (вывод).

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- презентация представляет собой графический конспект того материала, который излагается в устном докладе;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- размер шрифта 22-26 (заголовок), 18-22 кегль (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз, полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании; при необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения;

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в едином стиле;
- слайды должны быть пронумерованы;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы);

- при включении видеоряда в презентацию, продолжительность роликов не должна превышать 10-15 секунд;

списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов, в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

9.3 Иные материалы

Задание для самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1.

Тема «Теоретические и методологические основы культурно-досуговой деятельности»

Задание. Подготовка электронной презентации по теме

Цель работы – овладение навыками использования современных мультимедийных средств при подготовке наглядного материала, отражающего тему самостоятельной работы.

Задание и методика выполнения:

Составить доклад по теме, подготовить презентацию.

Подготовить проблемные вопросы темы и аргументированные ответы на них.

Самостоятельная работа № 2.

Тема «Общая характеристика технологий культурно-досуговой деятельности»

Задание. Подготовка рефератов по темам:

1. Особенности развития культуры России в исторической перспективе.
2. Позитивные черты современной социокультурной ситуации в России
3. Негативные черты современной социокультурной ситуации в России
4. Современные технологии культурно-досуговой деятельности, учитывающая

социокультурную ситуацию в России.

Цель работы – овладение знаниями о современной социокультурной ситуации в России и определения технологических основ культурно-досуговой деятельности

Задание и методика выполнения – общие требования и правила написания реферата.

Самостоятельная работа № 3. Тема «Драматургия как компонент технологии культурно-досуговой деятельности»

Задание. Подготовка электронной презентации по теме

Цель работы – овладение навыками использования современных мультимедийных средств при подготовке наглядного материала, отражающего тему самостоятельной работы.

Задание и методика выполнения:

Составить доклад по теме, подготовить презентацию.

Подготовить проблемные вопросы темы и аргументированные ответы на них.

Самостоятельная работа № 4.

Тема «Режиссура как компонент технологии культурно-досуговой деятельности»

Задание. Подготовка рефератов по темам:

1. Театрализация как метод культурно-досуговой деятельности
2. Иллюстрирование как метод культурно-досуговой деятельности.

Цель работы – овладение знаниями об игре, театрализации и иллюстрировании как методах технологии культурно-досуговой деятельности.

Задание и методика выполнения: общие требования и правила написания реферата.

Самостоятельная работа № 5.

Тема «Игра, театрализация и иллюстрирование как методы технологий культурно-досуговой деятельности»

Задание. Подготовка рефератов по темам:

1. Игра как социокультурный феномен.
2. Социально-педагогическое значение игровой деятельности в сфере досуга

Цель работы – овладение знаниями об игре, театрализации и иллюстрировании как методах технологии культурно-досуговой деятельности.

Задание и методика выполнения: общие требования и правила написания реферата.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины – является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки, принятию управленческих решений в процессе деятельности.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ и практических навыков формирования туристского продукта;
- изучение особенностей взаимодействия туристских предприятий с партнерами по организации обслуживания и сбыту туристского продукта и туристских услуг;
- освоение методов и приемов продвижения туристского продукта и услуг до потребителя и его реализации;
- изучение методов анализа и расчета затрат туристского предприятия по производству туристского продукта;
- изучение прикладных методов исследования для организации деятельности туроператоров и турагентов;
- изучение принципов и методов организации обслуживания туристов во время путешествий.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3.2 - Должен уметь предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: прикладные методы исследований при формировании, продвижении и реализации туристского продукта и туруслуг;

Уметь: использовать прикладные методы исследования при организации деятельности туроператоров и турагентов;

Владеть: способностью применения в туристской деятельности прикладных методов исследования для формирования продвижения и реализации туристского продукта

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.