

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

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

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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 туроператорской и турагентской деятельности
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

К. п. н. доцент, О. Р. Полякова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 8 от 31.03.2022 г. _____

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 | 5 |
| 2. Структура дисциплины | 6 |
| 3. Содержание дисциплины | 6 |
| 4. Образовательные технологии | 8 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения | 9 |
| 5.1 Система оценивания | 9 |
| 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине | 10 |
| 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 10 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 12 |
| 6.1 Список источников и литературы | 12 |
| 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | 12 |
| 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы | 13 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 13 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов | 13 |
| 9. Методические материалы | 14 |
| 9.1 Планы семинарских | 14 |
| 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ | 19 |
| 9.3 Другие материалы | 19 |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины | 21 |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, пользующегося спросом у современного потребителя, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки

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, в том числе с использованием современных технологий; изучение принципов и методов организации качественного обслуживания туристов во время поездки.

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

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|--|---|---|
| УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.2- Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и) | Знать: сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства; Уметь: использовать возможности русского и иностранного языка в профессиональной деятельности; Владеть: навыками коммуникации в различных ситуациях делового общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов |
| ОПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью | ОПК-2.1 - Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы | Знать: объекты туристской сферы. Уметь: определять цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы. Владеть: навыками решения задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы |
| | ОПК-2.2 - Использует основные методы и приемы планирования, | Знать: методы и приемы планирования деятельности структурных подразделений |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы</p> <p>ОПК-2.3 - Осуществляет контроль деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы</p> | <p>туристской организации, Уметь: грамотно организовать работу структурных подразделений туристских фирм Владеть: методами планирования организации, и координации деятельности туристского предприятия, его сотрудников</p> <p>Знать: основные метода контроля деятельности предприятия Уметь: организовать контроль за соблюдением деятельности подразделений турфирмы Владеть: методами и инструментами регулирования деятельности предприятия на уровне структурных подразделений объектов туристской сферы</p> |
| ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | ОПК-3.1 - Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон | <p>Знать: основные принципы организации качественного обслуживания туристов. Уметь: определить потребности туристов и заинтересованных сторон и с учетом этого оценить качество их обслуживания. Владеть: способностью оценить качество обслуживания потребителей туристских услуг, учитывая их потребности.</p> |
| ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | ОПК-4.2 - Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет | <p>Знать: способы формирования каналов продвижения и сбыта турпродукта и туруслуг. Уметь: сформировать каналы продвижения и сбыта турпродуктов и туруслуг, в том числе с использованием сети Интернет. Владеть: способностью использования сети Интернета при формировании системы продвижения и сбыта турпродуктов и туруслуг</p> |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация туроператорской и турагентской деятельности» относится к обязательной части образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Документационное обеспечение туристской деятельности и туристские формальности, Менеджмент, .

В результате освоения дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения

следующих дисциплин и прохождения практик: Организация экскурсионного обслуживания, Управление дестинациями (DMC/DMO), Деятельность туристского-информационного центра, Организационно-управленческая практика.

2. Структура дисциплины

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

Структура дисциплины для очно-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 |
|---------|---------------------|------------------|
| 5 | Лекции | 8 |
| 5 | Семинары | 4 |
| Всего: | | 12 |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академический час (ов).

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|--|---|
| 1 | Туроператоры и турагенты на туристском рынке | Туроператоры и турагенты, их виды и функции. Условия деятельности туроператоров и турагентов. Деятельность туроператоров и турагентов на туристском рынке. |
| 2 | Организационные аспекты создания турфирмы | Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма. Порядок создания туристской турфирмы. Бизнес- план. Выбор основных туристских направлений и целевой аудитории покупателей. Выбор помещения, местоположения и названия для турфирм. Регистрация турфирмы. Формирование штата работников и оформление трудовых отношений. Схема оплаты труда и мотивация персонала. Выбор партнеров и пр. Регистрация турфирмы. Организация работы фирмы. |
| 3 | Разработка турпродукта | Туристский продукт, понятие, виды и особенности. Структура турпродукта. Требования к турпродукту, его потребительские свойства. Жизненный цикл турпродукта. Этапы и условия разработки туристского продукта. Тур-проектирование, как начальный этап разработки туристского продукта. Порядок и правила проектирования туристских услуг. 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. Взаимодействие туроператора рецептивного и инициативного с поставщиками туристских услуг по формированию турпродукта. Расчет стоимости тура. Туристская документация. Виды, |

| | | |
|---|---|--|
| | | назначение и содержание туристской документации. Оформление виз. Работа с посольствами и визовыми центрами Компьютерные формы документирования туров. |
| 4 | Взаимодействие туроператора с турагентом | Продвижение турпродукта и туруслуг на рынок. Методы продвижения. Система сбыта. Внутренние и внешние каналы сбыта. Партнеры туроператора по сбыту турпродукта. Подбор агентов по сбыту. Агентские сети туроператора. Каналы сбыта туристского продукта и туруслуг. Виды и условия договоров между туроператорами и турагентами. Наиболее типичные условия сотрудничества туроператоров с турагентами. |
| 5 | Рекламная деятельность турфирм | Понятие и цели туристской рекламы. Функции рекламы. Особенности и виды рекламы в туризме. Планирование рекламной деятельности турфирм. Проведение рекламной компании. 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. Использование интернета при продвижении турпродукта и туруслуг. |
| 6 | Выставочная деятельность турфирм | Выставочные мероприятия, цель их проведения. Этапы выставочной деятельности турфирмы: предварительная подготовка к выставке, работа на выставке, работа после выставки. Рекламно-информационные издания, используемые на выставке. Использование современных технологий в выставочной деятельности. |
| 7 | Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг | Виды нерекламных методов продвижения 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. Личные продажи как способ продвижения турпродукта и туруслуг. |
| 8 | Реализация туристского продукта и туруслуг | Традиционная и нетрадиционная формы продаж продукта туроператора. Типы потребителей туристского продукта и туруслуг. Виды продаж. Представление и выбор туров. Поиск и бронирование туров. Заключение сделки. Информация по дополнительным услугам. Программы бронирования туров. Систем компьютерного бронирования и резервирования туристских услуг. Программные комплексы в деятельности турфирм. Использование интернета при реализации турпродукта и туруслуг. Использование современных технологий при реализации турпродукта. |
| 8 | Организация обслуживания туристов во время поездки | Виды обслуживания туристов. Технология обслуживания потребителей туристских предприятий, её совершенствование. Организация обслуживания различных категорий туристов, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья. Проблемы по обслуживанию различных категорий туристов, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья, возникающие во время путешествий. Обеспечение |

| | | |
|--|--|---|
| | | безопасности туристов на туристском маршруте. Факторы риска в туризме. Медицинские формальности в турпоездке. Качество туристского обслуживания. Условия и правила организации эффективного и качественного обслуживания туристов. Новации в обслуживании туристов. |
|--|--|---|

4. Образовательные технологии

| № п/п | Наименование раздела | Виды учебных занятий | Образовательные технологии |
|-------|---|---|--|
| 1. | Туроператоры и турагенты на туристском рынке | <i>Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 2 | Организационные аспекты создания турфирмы | <i>Лекция 2. Семинар 21. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 3 | Разработка турпродукта | <i>Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением практического задания (презентация) Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 4 | Взаимодействие туроператора с турагентом | <i>Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 5 | Рекламная деятельность турфирм | <i>Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением практического задания (презентация) Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 6 | Выставочная деятельность турфирм | <i>Лекция 6. Семинар 61. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 7 | Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг | <i>Лекция 7. Семинар 7. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
| 8 | Реализация туристского продукта и туруслуг | <i>Лекция 8. Семинар 8. Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием слайдов Развернутая беседа с обсуждением презентаций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |

| | | | |
|---|--|--|--|
| 9 | Организация обслуживания туристов во время поездки | <i>Лекция 9.</i> <i>Семинар 9.</i> <i>Самостоятельная работа</i> | <i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением презентаций</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i> |
|---|--|--|--|

Или обобщенная формулировка:

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине применяются такие образовательные технологии как интерактивные лекции, проблемное обучение. Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии.

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;
- 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: | | |
| - <i>опрос</i> | <i>10 баллов</i> | <i>20 баллов</i> |
| - <i>участие в дискуссии на семинаре</i> | <i>5 баллов</i> | <i>10 баллов</i> |
| - <i>практическая работа (темы 2,4)</i> | <i>10 баллов</i> | <i>20 баллов</i> |
| - <i>презентация</i> | <i>5 баллов</i> | <i>10 баллов</i> |
| Промежуточная аттестация – <i>экзамен</i> | | 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 | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

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 | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/ C | хорошо/ зачтено | <p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 67-50/ D,E | удовлетво- рительно/ зачтено | <p>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.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |
| 49-0/ F,FX | неудовлет- ворительно/ не зачтено | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p> |

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

Очная форма обучения, экзамен во 4 семестре

Очно-заочная форма обучения, экзамен в 5 семестре

Примерные вопросы к экзамену

1. Агентское и операторское предпринимательство.

2. Деятельность туроператорских и турагентских на туристском рынке.
3. Современное состояние туристского рынка России.
4. Этапы создания турфирмы, их характеристика.
5. Регистрация турфирмы.
6. Стадия разработки турпродукта, их последовательность и краткая характеристика.
7. Тур - проектирование. Этапы тур - проектирования и их характеристика.
8. Тур - планирование. Этапы тур - планирования и их краткая характеристика.
9. Формы взаимодействия турфирмы с гостиницей. Договоры, заключаемые турфирмой с гостиничными предприятиями.
10. Формы взаимодействия турфирмы с авиакомпанией. Договоры, заключаемые туроператором с авиакомпанией на перевозку туристов регулярными и чартерными рейсами.
11. Взаимодействие турфирмы с АТП.
12. Формы взаимодействия турфирмы с железной дорогой. Договоры, заключаемые турфирмой с железной дорогой.
13. Договоры на экскурсионное обслуживание и питание, заключаемые туроператором.
14. Взаимодействие туроператора с судовладельцем.
15. 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.
16. Ценообразование туристского продукта.
17. Туристская документация и её характеристика.
18. Паспортно-визовые формальности. Аккредитация турфирмы для работы с посольством. Прием и обслуживание туроператором иностранных туристов в России.
19. Таможенные формальности. Валютные и санитарные формальности.
20. Продвижение турпродукта на рынок туроператором и турагентом.
21. Формирование сбытовой сети туроператора. Взаимодействие туроператора с партнерами по сбыту.
22. Взаимодействие туроператора и турагента. Заключаемые договоры.
23. Рекламная деятельность турфирм. Виды туристской рекламы, её особенности. Планирование рекламной деятельности турфирмы.
24. Выставочные мероприятия и их классификация. Выставочная деятельность турфирм.
25. Этапы выставочной деятельности турфирмы.
26. Рекламно-информационные издания, их характеристика.
27. Каталоги. Требования к каталогам. Виды каталогов.
28. Бронирование туров. Процесс бронирования туров и туруслуг.
29. Виды продаж и их особенности.
30. Личные продажи и их преимущества. Этапы личной продажи туристского продукта и туруслуг.
31. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Их характеристика и особенности.
32. Деятельность туроператора по обеспечению безопасности путешествия.
33. Источники риска в туризме. Меры, предпринимаемые для предотвращения действия факторов риска в туризме.
34. Виды обслуживания туристов. Программное обслуживание.
35. Принципы и правила эффективного обслуживания туристов.
36. Организация досуга туристов. Анимационное обслуживание туристов.
37. Деятельность представителей туроператора на маршруте.

38. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования. Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания.

39. Страхование туристов. Виды страхования в туризме.

40. Деятельность туроператора по страхованию туристов, Взаимодействие туроператора со страховыми компаниями.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

1. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (от ред. 24.03.21)

2. Федеральный закон "О рекламе" от 18.12.2006 N 231-ФЗ (от ред. 30.12.21)

3. Постановление Правительства РФ от 18. 11. 2020 N 1852 Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта

4. ГОСТ Р 50681-2010 "Туристские услуги. Проектирование туристских услуг."

5. ГОСТ Р 50690-2017 "Туристские услуги. Общие требования."

6. ГОСТ Р 54600-2011 "Услуги турагентств. Общие требования."

Литература

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 158 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6.

3. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1

4. Можаяева Н.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие/Н.Г. Можаяева, И.С. Ключевская, И. П. Азерникова. - Москва: Неолит, 2018. - 147 с.: 21 см. — (Высшее образование. Бакалавриат). – Библиогр: с.146 – 147. ISBN 978-5-9909896-8-9:300.00.

5. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

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.

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.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронно-библиотечная система Znanium.com
4. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>
5. [Информационно-правовая](http://www.consultant.ru/) система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>
6. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - <http://www.russiatourism.ru>
7. 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://www.rostourunion.ru>
8. Официальный сайт Всемирной туристской организации- <http://www2.unwto.org/ru>

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 SE; 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

Тема 1(2 ч.) Туроператоры и турагенты на туристском рынке

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. Условия предпринимательской деятельности туроператоров и турагентов на современном этапе.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Тема 2(3 ч.) Организационные аспекты создания турфирмы

Вопросы для обсуждения:

1. Наиболее распространенные на практике организационно-правовые формы туристских предприятий.
2. Учредительные документы и уставной капитал юридического лица.
3. Отличительные особенности индивидуального предпринимателя от других организационно-правовых форм собственности.
4. Цель создания бизнес-плана, факторы, влияющие на его разработку.
5. Основные составляющие бизнес-плана.
6. Перечень документов, необходимых для регистрации турфирмы.
7. Организация работы турфирмы.

Список литературы:

Основная:

1. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Тема 3(4 ч.) Разработка турпродукта

Задания:

1. Выбрать дестинацию, вид туризма, категорию туристов.
2. Разработать тур по виду туризма для конкретной категории туристов.

Указания по выполнению заданий:

1. Провести маркетинговые исследования рынка.
2. Разработать программу тура.
3. Составить договорной план туроператора с поставщиками услуг, обдумать условия сотрудничества.
4. Рассчитать стоимость тура.
5. Подготовить информационный лист для туристов.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Можаяева Н.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие/Н.Г. Можаяева, И.С. Ключевская, И. П. Азерникова. - Москва: Неолит, 2018. - 147 с.: 21 см. – (Высшее образование. Бакалавриат). – Библиогр: с.146 – 147. ISBN 978-5-9909896-8-9:300.00.

3. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Тема 4(2 ч.) Взаимодействие туроператора с турагентом

Вопросы для обсуждения:

1. Какие факторы влияют на формирование системы сбыта туроператора?
2. Какую сбытовую сеть формируют инициативный и рецептивный туроператор?
3. Схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта, используемые туроператором.
4. Посредники туроператора для продвижения и реализации туристского продукта на региональных рынках.
5. Какие факторы влияют на выбор партнеров по сбыту?
6. Варианты сотрудничества туроператора с турагентами.
7. Заключаемые договоры между туроператором и турагентом.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Тема 5(4 ч.) Рекламная деятельность турфирм

Задания:

1. Выбрать тур, охарактеризовать его.
2. Разработать план рекламных мероприятий по продвижению тура.

Указания по выполнению заданий:

1. Составить рекламное обращение для рекламы тура.
2. Выбрать средства рекламы.
3. Составить расписание выхода рекламных обращений в виде таблицы или графиков

Список литературы:

Основная:

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 158 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6.

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1

3. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Тема 6(2 ч.) Выставочная деятельность турфирм

Вопросы для обсуждения:

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

2. Популярность ведущих туристских выставок в России.

3. Участие России в международных туристских выставках.

4. Каково участие турагентства на выставке?

5. Организационные вопросы планирования выставочных мероприятий.

6. Стенды ведущих туроператоров на выставке МИТТ И Интурмаркет.

7. Принципы и средства оформления выставочного стенда.

8. Методическое обеспечение выставочных мероприятий.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 158 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6.

3. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Тема 7(2 ч.) Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг

Вопросы для обсуждения:

1. Какие средства стимулирования турагентов используют туроператоры?

2. Стимулирования клиентов при реализации туристского продукта турфирмами.
3. Роль пропаганда в туристской деятельности.
4. Средства PR, используемые туристскими фирмами.
5. Рассылка информационного материала туристам и турагентам.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Можаяева Н.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие/Н.Г. Можаяева, И.С. Ключевская, И. П. Азерникова. - Москва: Неолит, 2018. - 147 с.: 21 см. – (Высшее образование. Бакалавриат). – Библиогр: с.146 – 147. ISBN 978-5-9909896-8-9:300.00.

3. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8.

Дополнительная:

1. 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.

Тема 8(2 ч.) Реализация туристского продукта и туруслуг

1. Виды продаж на современном туристском рынке.
2. Типы потребителей туристского продукта и туристских услуг.
3. Преимущества личных продаж.
4. Особенности продаж по телефону и Интернету.
5. Виды бронирования туристского продукта и туристской услуги.
6. Какова роль информационных технологий при реализации туристского продукта?
7. В чем состоят особенности реализации индивидуальных туров?
8. Какие новации используются при реализации турпродукта?

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1

Дополнительная:

1. 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.

Тема 9 (3 ч.) Организация обслуживания туристов во время поездки
Вопросы для обсуждения:

1. Требования к туристскому обслуживанию.
2. Факторы организации обслуживания туристов с ограниченными возможностями здоровья?
3. Обслуживания клиентов в турфирмах (туроператор, турагент).
4. Основные направления деятельности туроператора по обеспечению безопасности туристов во время путешествия.
5. Деятельность сопровождающего на туристских маршрутах (дифференцированный подход).
6. Принципы предоставления эффективного обслуживания туристов.
7. Контроль за качеством обслуживания туристов.

Список литературы:

Основная:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1

Дополнительная:

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.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3 Иные материалы

Примерные темы презентаций

1. Предпринимательская деятельность туроператоров и турагентов.
2. Формирование сбытовой сети туроператора.
3. Разработка программы продвижения турпродукта турфирмой.
4. Рекламная деятельность туроператоров (турагентов)
5. Рекламно-информационный материал, его разработка.
6. Агентские сети в России: формирование, развитие.
7. Роль выставочных мероприятий в деятельности туроператоров.
8. Планирование выставочной деятельности туроператора.
9. Ведущие международные туристские выставочные мероприятия.
10. Роль пропаганды в деятельности туристских предприятий.
11. Формы стимулирования потребителя, используемые в турфирмах.
12. Создание турагентства в России.
13. Особенности регистрации туроператора в РФ.
14. Оформление шенгенских виз для разных категорий туристов.
15. Формирование паспортной системы в России.
16. Работа туроператоров с посольствами и визовыми центрами.

17. Обеспечение безопасности туристов на экстремальных маршрутах.
18. Развитие туроперейтинга в России на современном этапе.
19. Анализ деятельности ведущих туроператорских компаний на современном туристском рынке.
20. Роль анимации в обслуживании туристов.
21. Обслуживание туристов на транспортных маршрутах.
22. Обеспечение безопасности туристов во время путешествия.
23. Деятельность ведущих в России страховых компании по обслуживанию туристов.
24. Направления анимации в туризме на современном этапе.
25. Процесс работы менеджера с клиентом в турагентстве.
26. Применение информационных технологий в деятельности туроператоров и турагентов.
27. Типы потребителей турпродукта и туруслуг, особенности работы с ними.
28. Особенности обслуживания туристов в эндемичных странах.
29. Целесообразность участия туроператоров в международных выставках.
30. Сбытовая сеть туроператора массового рынка.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина *Организация туроператорской и турагентской деятельности* реализуется на *факультете* ФВиСКН ИАИ общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины (*модуля*): освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к разработке туристского продукта, пользующегося спросом у современного потребителя, организации работы исполнителей по предоставлению туристских услуг, продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя, а также организации обслуживания во время поездки

Задачи: 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, в том числе с использованием современных технологий; изучение принципов и методов организации качественного обслуживания туристов во время поездки

Дисциплина *Организация туроператорской и турагентской деятельности* направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4.2- Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и)

ОПК-2.1 - Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы

ОПК-2.2 - Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы

ОПК-2.3 - Осуществляет контроль деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы

ОПК-3.1 - Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

ОПК-4.2 - Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать:

- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- психофизические особенности развития людей с психическими и (или) физическими недостатками, а также закономерностей взаимодействия с ними;
- объекты туристской сферы, методы и приемы планирования деятельности структурных подразделений туристской организации,
- основные метода контроля деятельности предприятия;
- основные принципы организации качественного обслуживания туристов;
- способы формирования каналов продвижения и сбыта турпродукта и туруслуг..

Уметь:

- использовать возможности русского и иностранного языка в профессиональной деятельности; применять методы взаимодействия с людьми с психическими и (или) физическими недостатками;
- определять цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы;
- грамотно организовать работу структурных подразделений туристских фирм;
- организовать контроль за соблюдением деятельности подразделений турфирмы;
- определить потребности туристов и заинтересованных сторон и с учетом этого оценить качество их обслуживания;
- сформировать каналы продвижения и сбыта турпродуктов и туруслуг, в том числе с использованием сети Интернет.

Владеть:

- навыками коммуникации в различных ситуациях делового общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов;
- навыками эффективного подбора коммуникативных техник и их применения в зависимости от конкретной особенности развития собеседника или группы собеседников с психическими и (или) физическими недостатками;
- навыками решения задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы;
- методами планирования организации, и координации деятельности туристского предприятия, его сотрудников;
- методами и инструментами регулирования деятельности предприятия на уровне структурных подразделений объектов туристской сферы;
- способностью оценить качество обслуживания потребителей туристских услуг, учитывая их потребности;
- способностью использования сети Интернет при формировании системы продвижения и сбыта турпродуктов и туруслуг.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

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