

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ (ФАКУЛЬТЕТ) ФИПП

Кафедра общественных связей туризма и гостеприимства

Организация туроператорской и турагентской деятельности

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Направление подготовки

43.03.03 «Гостиничное дело»

(код и наименование направления подготовки)

Бакалаврская программа ***Профиль «Гостиничная деятельность»***

(наименование профиля подготовки)

Форма обучения (*очная*)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины *Организация туроператорской и турагентской деятельности*

Составитель(и):

К.п.н., доцент, О.Р.Полякова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 10 от 26.06.2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (<i>модуля</i>).....	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (<i>модулю</i>).....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины (<i>модуля</i>).....	6
3. Содержание дисциплины (<i>модуля</i>).....	6
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	9
5.1. Система оценивания.....	9
5.2. Критерии выставления оценок.....	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (<i>модулю</i>).....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	18
6.1. Список источников и литературы.....	18
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (<i>модуля</i>).....	19
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	19
9. Методические материалы.....	20
9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий.....	20
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	24
9.3. Иные материалы.....	25
 Приложения	
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	26
Приложение 2. Лист изменений.....	27

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности» является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность разработать туристский продукт пользующийся спросом у современного потребителя, организовывать работу исполнителей по предоставлению туристских услуг, работу по продвижению и сбыту туристского продукта и услуг до потребителя и организовать обслуживание во время поездки.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ и практических навыков формирования туристского продукта;
- освоение навыков взаимодействия турфирм с предприятиями, предоставляющими гостиничные и другие туристские услуги потребителю туристского продукта;
- изучение методов продвижения туристского продукта и услуг до потребителя;
- освоение принципов и методов организации и контроля над обслуживанием туристов во время поездки, предоставления им гостиничных и других услуг.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПКУ-1 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПКУ-1.2. Осуществляет взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	<i>Знать:</i> методы и способы взаимодействия с потребителями туруслуг; <i>Уметь:</i> осуществлять взаимодействие с потребителем гостиничных услуг ; <i>Владеть:</i> способами взаимодействия с потребителями гостиничных услуг и заинтересованных сторон при организации обслуживания

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация туроператорской и турагентской деятельности» относится к дисциплинам по выбору формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана 43.03.03 «Гостиничное дело» и адресована студентам 3 курса (5 семестр).

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: География туризма, введение в гостиничное дело. Технология и организация гостиничного дела, Организация служб приема и размещения гостиницы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

Знать:

- теоретические основы разработки туристского продукта, виды турпродукта и принципы его формирования;
- содержание гостиничных и других услуг, деятельность предприятий их предоставляющих;
- методы и способы продвижения и реализации туристского продукта;
- способы и технологию взаимодействия с предприятиями предоставляющими туристские услуги, гостиничными и другими предприятиями;
- потребности различных категорий потребителей туристского продукта, гостиничных и других услуг;
- виды обслуживания потребителей и условия качественного предоставления туристских, в том числе гостиничных услуг.

Уметь:

- разработать туристский продукт для различных категорий туристов по разным видам туризма;
- наиболее эффективно общаться с различными типами потребителей при организации обслуживания и реализации турпродукта и туруслуг;
- эффективно взаимодействовать с поставщиками туристских услуг, гостиничными и другими предприятиями;
- предоставить качественное обслуживание потребителю туристских услуг и турпродукта.

Владеть:

- навыками формирования туристского продукта;
- приемами сбора маркетинговой информации по состоянию туристского рынка, потребительскому спросу на рынке;
- основными формами взаимодействия с поставщиками туристских услуг, гостиничными предприятиями;
- основными методами и навыками эффективного продвижения туристского продукта и туруслуг;
- способностью решать возникшие проблемы, связанные с предоставлением туристских услуг;
- способностью организовать качественное обслуживание потребителя;
- способностью эффективного общения с потребителями турпродуктов и туруслуг.

2. Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 40 ч., самостоятельная работа обучающихся 68 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего
		Контактная			

		Семестр	Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1	Тема 1. Туроператоры и турагенты на туристском рынке	5	1	2	-	-	-	6	устный ответ в форме дискуссии
2	Тема 2. Разработка турпродукта туроператором	5	2	10	-	-	-	16	защита контрольных работ, опрос
3	Тема 4. Взаимодействие туроператора с турагентом	5	2	4	-	-	-	8	устный ответ в форме дискуссии, тестирование
4	Тема 5. Рекламная деятельность турфирм	5	2	2	-	-	-	6	устный ответ в форме дискуссии
5	Тема 6. Выставочная деятельность турфирм	5	1	2	-	-	-	6	устный ответ в форме дискуссии
6	Тема 7. Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг	5	1	2	-	-	-	6	опрос
7	Тема 8. Реализация туристского продукта и туруслуг	5	1	2	-	-	-	6	устный ответ в форме дискуссии
8	Тема 9. Организация обслуживания туристов во время поездки	5	2	4	-	-	-	10	устный ответ в форме дискуссии, тестирование
	<i>зачёт</i>	5						4	устный ответ (зачет)
	Итого:		12	28	-	-	-	68	

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 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	Тема 2. Разработка турпродукта туроператором	Туристский продукт, его виды и особенности. Структура 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 с поставщиками услуг. Организация размещения туристов. Взаимоотношения туроператора с предприятиями размещения. Формы и схемы сотрудничества туроператора и гостиничного предприятия. Варианты условий договорных взаимоотношений туроператора с гостиничным предприятием. Взаимоотношения с предприятием питания. Организация питания. Договор с предприятием питания. Договорные взаимоотношения с автотранспортным предприятием, авиакомпаниями. Взаимодействие туроператора с железной дорогой, экскурсионной фирмой, музеем и пр. Расчет стоимости тура. Туристская документация. Виды, назначение и содержание туристской документации. Схемы деятельности туроператора рецептивного и инициативного с поставщиками туристских услуг.
3	Тема 4. Взаимодействие туроператора с турагентом	Продвижение турпродукта и туруслуг на рынок. Методы продвижения. Схемы рыночных каналов продвижения продукта туроператора. Система сбыта. Внутренние и внешние каналы сбыта. Партнеры по сбыту. 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.
4	Тема 5. Рекламная деятельность турфирм	Понятие и цели туристской рекламы. Функции рекламы. Особенности рекламы турпродукта. Виды рекламы в туризме. Планирование рекламной деятельности турфирм. Рекламная компания. График выхода рекламных обращений. Средства рекламы. Формирование рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Использование информационных инновационных технологий в рекламной деятельности турфирм.
5	Тема 6. Выставочная деятельность турфирм	Выставочные мероприятия. Цель выставочных мероприятий. Классификация выставок. Выбор выставки. Этапы выставочной деятельности туроператора и турагента: предварительная подготовка к выставке, работа на выставке, работа после выставки. Рекламно-информационные издания, используемые на выставке. Использование турфирмой инновационных технологий в выставочной деятельности.
6	Тема 7. Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг	Виды нерекламных методов продвижения турпродукта и туристских услуг. Задачи и методы стимулирования потребителей. Стимулирование туроператором турагентов. Информационные поездки. FAM-туры. Презентация турпродукта о офисе турфирмы. Прямая рассылка информации. Создание рекламного имиджа. Пропаганда туризма. Личные продажи.
7	Тема 8. Реализация туристского продукта и туруслуг	Потребители туристского продукта и туруслуг. Виды продаж и их характеристика. Представление и выбор туров. Бронирование туров. Этапы бронирования туров. Программы бронирования туров. Бронирование нестандартных и групповых туров. Преимущества системы бронирования on-line. Использование инновационных технологий для реализации турпродукта.
8	Тема 9. Организация	Виды обслуживания туристов. Организация обслуживания

	обслуживания туристов во время поездки	туристов. Стратегия обслуживания. Использование инновационных технологий для обслуживания туристов. Проблемы по обслуживанию туристов, возникающие во время поездки. Обеспечение безопасности туристов. Факторы риска в туризме. Меры по предупреждению и снижению ряда факторов риска. Медицинские формальности в турпоездке. Страхование туристов. Качество туристского обслуживания. Условия и правила организации эффективного и качественного обслуживания.
--	--	--

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела/темы	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Туроператоры и турагенты на туристском рынке	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Разработка турпродукта туроператором	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Взаимодействие туроператора с турагентом	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Рекламная деятельность турфирм	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Выставочная деятельность турфирм	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг	Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Реализация туристского продукта и туруслуг	Лекция 7. Семинар 7. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

		<i>работа</i>	<i>заданий посредством электронной почты</i>
8	<i>Организация обслуживания туристов во время поездки</i>	<i>Лекция 8. Семинар 8. Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - <i>опрос</i> - <i>участие в дискуссии на семинаре</i> - <i>контрольная работа (тема 2)</i> - <i>тестирование</i>	<i>5 баллов</i> <i>5 баллов</i> <i>10 баллов</i> <i>10 баллов</i>	<i>10 баллов</i> <i>30 баллов</i> <i>10 баллов</i> <i>20 баллов</i>
Промежуточная аттестация (зачет)		<i>30 баллов</i>
Итого за семестр (зачёт)		<i>100 баллов</i>

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	хорошо	C
56 – 67		D
50 – 55		E
20 – 49	неудовлетворительно	FX
0 – 19		F
		зачтено
		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 (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.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ 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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются 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 (модулю)

Примерные темы докладов

1. Современное состояние туристского рынка на современном этапе.
2. Анализ факторов, оказывающих влияние на состояние индустрии туризма.
3. Агентские сети, их роль и значение в развитии туризма в России и за рубежом.
4. Роль маркетинга в деятельности туристских фирм.
5. Деятельность туроператора по разработке туристского продукта.
6. Особенности программного обслуживания туристов.
7. Популярные направления современной анимации и её роль в повышении качества обслуживания туристов.
8. Взаимодействие туристских фирм с поставщиками туристских услуг.
9. Особенности организации размещения иностранных туристов в России.
10. Деятельность туроператора по организации перевозки туристов.
11. Организация питания различных категорий туристов по видам туризма.
12. Особенности оформления виз туроператором инициативным.
13. Особенности ценообразования туристского продукта.
14. Роль и значение систем бронирования в организации продаж турпродуктов и туруслуг.
15. Роль информационных технологий в деятельности туристских фирм.
16. Типы потребителей турпродуктов и туруслуг, факторы оказывающие влияние на их поведение.
17. Модели покупательского поведения, этапы принятия потребителем решений при выборе и покупке туристского продукта и услуг.
18. Стимулирование сбыта туристского продукта и услуг, цели, методы и средства стимулирования.
19. Особенности формирования сбытовой стратегии туристской фирмы.
20. Рекламная деятельность туристских фирм : цели, особенности, оценка эффективности.
21. Особенности организации выставочной деятельности на туроператорских и турагентских предприятиях.
22. Безопасность туристских путешествий.

23. Использование туроператором анимации в программах обслуживания .
24. Взаимодействие туроператора с турагентом. Эффективная система сбыта и её формирование.
25. Роль обслуживающего персонала в предоставлении качественных услуг.

Примерные темы контрольных работ

1. Проектирование тура по виду туризма.
2. Маркетинговая деятельность туроператора и турагента.
3. Маркетинговая деятельность туроператора при разработке туристского продукта.
4. Оценка туристских ресурсов для разработки тура.
5. Туристская инфраструктура, её функции и значение.
6. Развитие туристской инфраструктуры России (на примере региона).
7. Проектирование туристских услуг.
8. Формирование туристских маршрутов.
9. Программа обслуживания. Требования к туристским программам.
10. Разработка программы тура по виду туризма для разных категорий туристов.
11. Особенности разработки программ транспортных туров.
12. Результаты проектирования тура.

Тесты для проведения текущего контроля

Тест 1. Формирование сбытовой сети туроператора

- 1** Какой из туроператоров **использует, как правило, только внутренние каналы сбыта?**

А)Рецептивный	Б) Инициативный	В) Все вышеперечислено
---------------	-----------------	------------------------

1. Что такое внешние каналы сбыта?

А) Определенное число зарубежных фирм-посредников, принявших на себя обязательства продавать в своей стране поездки в данную страну	Б) Использование Интернета для продвижения туристского продукта на зарубежный рынок.	В) Определенное число фирм-посредников, на внутреннем рынке, занимающихся продажей туров российским туристам.
---	--	---

2. 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
--	--	--------------------------------------

3. 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 по продажам.
---	---	--

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

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

5. 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.
--	--	--

6. Уполномоченные 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. 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.
--	---	---------------------------

8. 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 агента
---	--	--

9. Что такое кредитоспособность фирмы?

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

10. Наиболее надежной гарантией кредитоспособности фирмы-партнера по сбыту является:

А) Банковский референс.	Б) Авансовые платежи.	В) Слово владельца.
-------------------------	-----------------------	---------------------

11. 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
---	--	---

12. При стимулировании агентов туроператор использует:

А) Бонусно - накопительную систему, премии, рекламные туры	Б) Прогрессивную комиссию и совместную рекламу	В) Все вышеперечисленное
--	--	--------------------------

13. Что необходимо учитывать при создании субагентской сети?

А) Чем больше посредников, тем дороже туристский продукт	Б) Чем больше посредников, тем больше возможность искажения достоверной	В) Все вышеперечисленное
--	---	--------------------------

	информации и ослабления контроля за деятельностью турагентов	
--	--	--

14. FAM-тур - это:

А) Ознакомительный тур для турагента за счет туроператора	Б) Поощрительный тур для сотрудников фирмы	В) Эксклюзивный тур по заказу
---	--	-------------------------------

15. Агентское соглашение – это:

А) Договор между производителем турпродукта и туруслуг и продавцом, реализующим туристский продукт и туруслуги 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.
--	--	--

16. Каковы основные условия агентских соглашений туроператора и партнера по сбыту?

А) Объем продаж, цена тура, форма и порядок оформления заявок, ответственность каждой из сторон, предмет и объект соглашения	Б) Расчет валютных платежей, программа пребывания и обслуживания групп туристов в месте отдыха	В) Членство в IATA, форма и частота отчетности, специальные цены
--	--	--

17. Предмет и объект 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. Какие договоры заключаются между туроператором и турагентом?

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
---	---	--------------------------

Тест 2. Организация обслуживания туристов

1. Что служит основой для обслуживания туристов?

А) туристская программа	Б) описание тура	В) туристский ваучер
-------------------------	------------------	----------------------

Программа обслуживания составляется на основе:

А)благоприятных рекреационных ресурсов, возможностей территории и туристского спроса	Б) методической разработки	В)возможностей поставщиков услуг и потребностей туристов
--	----------------------------	--

2. От чего зависит набор услуг в в составе тура?

А) целей путешествия и категории потребителей	Б) количества туристов и уровня заказанной комфортности	В) обслуживающего персонала
---	---	-----------------------------

3. Каковы основные составляющие туристского программирования?

А)гибкость программы, оптимальность обслуживания, адресная направленность	Б)качество, оптимальность, психологическая подготовленность к восприятию программы	В)все вышеперечисленное
---	--	-------------------------

4. Назовите составляющие гостеприимства:

А)качественная информация местных и региональных рынков, наличие благоприятной туристской местности, благожелательное отношение к туристам	Б)внимательное отношение обслуживающего персонала к просьбам и пожеланиям клиентов, забота об облегчении ориентации туристов в получении услуг	В)все вышеперечисленное
---	--	-------------------------

5. Каковы основные составляющие качества программы обслуживания?

А)оформление туристской документации, передача клиенту срочной информации о возможных изменениях в проданном туре, оказание помощи туристам в бронировании туристских услуг	Б)благоприятные природно-климатические условия, комфортабельные гостиницы, качественное питание, максимальная изолированность от шума, наличие естественных водоемов	В)потребительское качество каждой отдельной услуги, соответствие услуг их функциональному назначению, общее тематическое соответствие программы путешествия категории потребителей, гарантии предоставления соответствующих услуг, технологически грамотных порядок предоставления услуг
---	--	--

6. Что относится к средствам анимации?

А)соответствующая обстановка, атрибут костюма, имитация путешествия во времени	Б)специальное оборудование, декорации, реквизиты, музыка, сценарий	В)все вышеперечисленное
--	--	-------------------------

7. Перечислите принципы программного обслуживания:

А)освобождение, оптимальность, уважение, индивидуальных подход, наглядность и корректность, бесплатная информация	Б)Четкость и оперативность в работе, выгодная ценовая политика, широкий спектр услуг, место расположение офиса	В)все вышеперечисленное
---	--	-------------------------

8. Основные составляющие оптимальности обслуживания:

А) соответствие всех видов услуг одному уровню обслуживания, соответствие всех услуг тематике тура,	Б) гибкость программы, рациональное содержание обслуживания, ненавязчивость в предоставлении услуг,	В) все вышеперечисленное
---	---	--------------------------

адресная направленность тура на определенную целевую группу потребителей,	заблаговременное согласование программы обслуживания	
---	--	--

9. К тематическим паркам относятся:

А)Европа парк, Парк Астерикса, Королевство животных	Б)Диснейленд, Порт Аventura, Гайд-парк	В)Волшебное королевство, Санта Парк, Центральный парк
---	--	---

10. Что такое шоу-музеи?

А) музеи с живыми персонажами, экспонируемой эпохи	Б) театрализованное представление	В) все вышеперечисленное
--	-----------------------------------	--------------------------

11. При организации анимационных мероприятий туроператор должен:

А) взаимодействовать с центрами досуга и развлечений	Б) учитывать тематику тура и туристские ресурсы региона	В) учитывать возраст туристов и инфраструктуру региона
--	---	--

12. Стандарт:

А) устанавливает правила, общие принципы, характеристики для использования касающиеся определенных объектов стандартизации	Б) определяет условия и методы, обеспечивающие показатели качества	В)все вышеперечисленное
--	--	-------------------------

13. Каковы обязательные требования к туристским услугам?

А) соответствие назначению, точность и своевременность исполнения, комплексность, эргономичность, комфортность	Б) безопасность жизни и здоровья, сохранность имущества туристов, охрана окружающей среды	В) все вышеперечисленное
--	---	--------------------------

14. Кто несет ответственность за качество турпродукта?

А) туроператор	Б) турагент	В) поставщики услуг
----------------	-------------	---------------------

15. Основные правила и условия организации обслуживания туристов?

А)соблюдение основных принципов современного обслуживания для туризма	Б)создание необходимых условий для деятельности персонала и контроль за качеством обслуживания	В)все вышеперечисленное
---	--	-------------------------

16. Дайте определение «качества туристского обслуживания»:

А)совокупность свойств, обуславливающая ее способность удовлетворять определенные делания потребителей	Б)совокупность характеристик услуги, определяющая ее способность удовлетворять определенные желания потребителя	В)комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях
--	---	---

17. Дайте определение «качества туристской услуги»:

А) совокупность свойств, обуславливающая ее способность удовлетворять определенные делания потребителей	Б)совокупность характеристик услуги, определяющая ее способность удовлетворять определенные желания потребителя	В) комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в
---	---	---

		путешествиях
--	--	--------------

18. Какими основными параметрами характеризуется подход турагента к определению качества работы туроператора?

А) высокое качество предлагаемых туристских услуг, информационная открытость, широкий спектр предложений, доброжелательность на деловом и личном уровнях, постоянная работа по расширению спектра услуг	Б) четкость и оперативность во взаимодействии с турагентами, стабильность деятельности, соотношение цены и качества услуг, профессионализм персонала, выгодная ценовая политика	В) все вышеперечисленное
---	---	--------------------------

19. В каком документе изложены общие требования к туристским услугам?

А) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ»	Б) ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования»	В) ГОСТ 40.9004-95 «Модель обеспечения качества услуг»
---	--	--

20. Основные составляющие менеджмента обслуживания туристов:

А) достоверная и полная информация для туристов, связь с туристами, гарантия обслуживания, соблюдение технологических особенностей тура	Б) связь с поставщиками услуг, связь с турагентами, использование информационных технологий	В) все вышеперечисленное
---	---	--------------------------

Примерные вопросы к зачету

1. Туроператоры и турагенты их виды и функции. Условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности.
2. Деятельность турфирм на туристском рынке.
3. Туристский продукт. Виды турпродукта. Структура турпродукта.
4. Потребительские свойства туристского продукта.
5. Стадия разработки турпродукта, их последовательность и краткая характеристика.
6. Тур - проектирование. Этапы тур - проектирования и их характеристика.
7. Тур - планирование. Этапы тур - планирования и их краткая характеристика.
8. Формы взаимодействия турфирмы с гостиницей. Услуги, предоставляемые средствами размещения. Договоры, заключаемые турфирмой с гостиничными предприятиями.
9. Формы взаимодействия турфирмы с авиакомпанией.
10. Взаимодействие турфирмы с АТП.
11. Формы взаимодействия турфирмы с железной дорогой.
12. Договоры на экскурсионное обслуживание и питание заключаемые турфирмой.
13. Договоры с судовладельцем для организации круиза.
14. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров по организации и реализации туров.
15. Ценообразование туристского продукта.
16. Туристская документация и её характеристика .
17. Туристские формальности.
18. Аккредитация турфирмы для работы с посольством. Прием и обслуживание туроператором иностранных туристов в России.

19. Продвижение турпродукта на рынок туроператором и турагентом .
20. Формирование сбытовой сети туроператора. Взаимодействие туроператора с партнерами по сбыту. Заключаемые договоры туроператора с турагентом.
21. Рекламная деятельность турфирм.
22. Выставочная деятельность турфирм. Этапы выставочной деятельности.
23. Рекламно-информационные издания. Каталоги. Требования к каталогам. Виды каталогов.
24. Бронирование и продажа туров. Виды продаж и их особенности.
25. Личные продажи и их преимущества. Этапы личной продажи туристского продукта и туруслуг.
26. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Их характеристика.
27. Деятельность туроператора по обеспечению безопасности путешествия. Источники риска в туризме.
28. Виды обслуживания туристов. Программное обслуживание.
29. 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. Стратегия обслуживания в туризме.
34. Страхование туристов. Деятельность туроператора по страхованию туристов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 316 с. – для студентов Высших учебных заведений. - ISBN 978-5-16-009967-5.
2. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального продукта [Текст] = Problems and Prospect of Вумедщзьуте of the National Torist Product /Г.А.Карпова, А.В.Кучумов//Вестник Национальной академии туризма. – 2016. - №2. – С. 16-18. – Библиогр.: с.18 (7 назв.). – ил.
3. Шмыткова А.В. Основные тенденции развития средств размещения в России [Текст]= Main trends in the development of accommodation facilities in Russia/ А.В. Шмыткова// Вестник национальной академии туризма. – 2017. - № 1. – С. 24-27. – Библиогр.:с.27

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>
2. **Информационно-правовая** система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>
3. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму

4. <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

5. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007
- Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.
- Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014
- Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005
- MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark
- Microsoft Academic Alliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная
- Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

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 зачет 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 занятий

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

Вопросы для обсуждения:

1. Туроператоры и турагенты как организаторы туризма.
2. Значение туроператоров и турагентов в туристской деятельности.
3. Деятельность туроператоров и турагентов на современном туристском рынке России.
4. Условия предпринимательской деятельности туроператоров и турагентов.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального продукта [Текст] = Problems and Prospect 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.). – ил.

Тема 2 . Разработка турпродукта туроператором (10 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Основные принципы проектирования тура.
2. Этапы и условия проектирования тура и туристской услуги.
3. Задачи туроператора при проектировании привлекательного тура.
4. Источники информации маркетинговых исследований турфирм, методы сбора данных.
5. Какие нормативные документы являются основными при проектировании туристских услуг?
6. По каким основным критериям туроператор выбирает поставщиков туристских услуг?
7. Формы и виды взаимодействия между турфирмой и поставщиками туристских услуг.
8. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения.
9. Каковы ресурсы гостиничного предприятия, её службы и отделы
10. Организация деятельности гостиничного предприятия.
11. Методы ценообразования туристского продукта, их преимущества и недостатки. Какой из методов является наиболее популярным на практике?
12. Методическое обеспечение туристского продукта.
13. Какой пакет документов является обязательным при разработке тура, согласно законодательству РФ в области туризма?

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального продукта [Текст] = Problems and Prospect 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.). – ил.

2. Шмыткова А.В. Основные тенденции развития средств размещения в России [Текст]= Main trends in the development of accommodation facilities in Russia/ А.В. Шмыткова// Вестник национальной академии туризма. – 2017. - № 1. – С. 24-27. – Библиогр.:с.27

Тема 3. Взаимодействие туроператора с турагентом (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какие факторы влияют на формирование системы сбыта туроператора?
2. Какую сбытовую сеть формируют инициативный и рецептивный туроператоры?
3. Какие схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта использует туроператор на современном туристском рынке? Охарактеризуйте их.
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.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Карпова Г.А. Проблемы и перспективы развития национального продукта [Текст] = Problems and Prospect 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.). – ил.

Тема 4. Рекламная деятельность турфирм (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Виды рекламы, используемые для продвижения туристского продукта и туруслуг.
2. Особенности рекламы в индустрии туризма.
3. Направления рекламных исследований.
4. Регулирование рекламной деятельности в России.
5. Рекламная компания турфирмы.
6. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы.
7. Проектирование рекламной компании, формирование рекламного бюджета.
8. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности туристской фирмы.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 316 с. – для студентов Высших учебных заведений. - ISBN 978-5-16-009967-5.

Тема 5. Выставочная деятельность турфирм (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какую роль играют туристские выставочные мероприятия в продвижении и реализации туристского продукта и туристских услуг?
2. Этапы выставочной деятельности турфирмы, краткая характеристика.
3. Организационные вопросы планирования выставочных мероприятий.
4. Каковы правила организации стендовой команды?
5. Принципы и средства оформления выставочного стенда.
6. Методическое обеспечение выставочных мероприятий.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 316 с. – для студентов Высших учебных заведений. - ISBN 978-5-16-009967-5.

Тема 6. Нерекламные методы продвижения турпродукта и туруслуг (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какие средства стимулирования турагентов использует туроператор?
2. Какие средства стимулирования клиентов использует турагент при реализации туристского продукта и туристских услуг?
3. Роль пропаганда в туристской деятельности.
4. Отличие туристской рекламы от пропаганды.
5. Средства PR, используемые туристскими фирмами.
6. Рассылка информационного материала туристам и турагентам.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 316 с. – для студентов Высших учебных заведений. - ISBN 978-5-16-009967-5.

Тема 7. Реализация туристского продукта и туруслуг (2 ч.)

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. Что необходимо для бронирования туристского продукта и туристской услуги?
6. В чем состоит преимущество бронирования через Интернет?
7. Использование информационных технологий при реализации туристского продукта.
8. В чем состоят особенности реализации индивидуальных туров?

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 316 с. – для студентов Высших учебных заведений. - ISBN 978-5-16-009967-5.

Тема 8. Организация обслуживания туристов во время поездки (4ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какие требования предъявляются к туристскому обслуживанию?
2. Что подразумевается под понятием оптимальное и качественное обслуживание?
3. Какие виды обслуживания предоставляются туристам туроператор и турагент?
4. Каковы направления деятельности туроператора по обеспечению безопасности туристов во время путешествия?
5. В чем заключается стратегия обслуживания туристов?
6. Охарактеризуйте деятельность сопровождающего на туристских маршрутах?
7. Принципы предоставления эффективного обслуживания туристов.

Список литературы:

Основная литература:

1. 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.

Дополнительная литература:

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

2. Шмыткова А.В. Основные тенденции развития средств размещения в России [Текст]= Main trends in the development of accommodation facilities in Russia/ А.В. Шмыткова// Вестник национальной академии туризма. – 2017. - № 1. – С. 24-27. – Библиогр.:с.27

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Контрольная работа состоит из введения, основной части, заключения, списка источников, приложения.

Общие требования к оформлению работы:

- объем проекта 5 -10 листов;
- шрифт - 14;
- интервал между строчками – 1,5;

- верхнее и нижнее поле - 2 см, левое поле – 3 см, правое поле – 1,5 см; заголовки – 14 жирный шрифт;
 - нумерация страниц проставляется сверху в центре.
- Общие требования к содержанию работы:
- во введении должно быть: актуальность и цель работы;
 - основная часть раскрывает тему работы;
 - в заключении должны быть сформулированы выводы и рекомендации;
 - список источников оформляется в соответствии с выходными данными;
 - приложения могут отсутствовать.

9.3. Иные материалы

Задания для семинарских занятий

Задание 1.

- Составить план маркетингового исследования при проектировании тура (на конкретном примере). Разработать анкету для изучения потребительского спроса на рынке.
- Разработать оптимальную программу обслуживания по выбранному виду туризма для различных категорий туристов. **Определить:**
 - маршрут путешествия;
 - перечень туристских предприятий - исполнителей услуг;
 - период предоставления услуг каждым таким предприятием;
 - перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;
 - комплекс досуговых мероприятий;
 - продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
 - количество туристов, участвующих в путешествии;
 - вид транспорта для внутренних перевозок.

Задание 2.

Составить проект договора туроператора с гостиницей и предприятием питания, предоставляющим обслуживание туристам на маршруте с указанием видов и вариантов обслуживания.

Задание 3.

Подготовить туристскую документацию (технологическую карту тура, информационный листок, карту-схему маршрута) для тура по Золотому кольцу России.

Задание 4.

Разработать программу продвижения тура по Золотому кольцу России. Назовите основные каналы продвижения. Выберите наиболее эффективные каналы продвижения.

Задание 5.

Составить рекламное обращение для продвижения познавательного тура по Золотому кольцу России. Выбрать средства рекламы. Составить расписание выхода рекламных обращений в виде таблицы или графиков.

Задание 6.

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

Практические задания выполняются на семинарах группами.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «*Организация туроператорской и турагентской деятельности*» реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ кафедрой современного туризма и гостеприимства.

1 *Целью дисциплины Организация туроператорской и турагентской деятельности* является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность организовывать работу туроператоров по формированию туристских программ и обслуживания.

Задачи дисциплины: изучение теоретических основ туроперейтинга, его практической значимости в индустрии туризма; освоение особенностей и условий организации деятельности туроператора; освоение навыков анализа рынка туристских и гостиничных услуг; формирование навыков составления туристских программ; освоение особенностей работы исполнителей туристских услуг.

Дисциплина «*Организация туроператорской и турагентской деятельности*» направлена на формирование следующей компетенции: ПКУ-1 способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.

В результате освоения дисциплины «*Организация туроператорской и турагентской деятельности*» обучающийся должен:

Знать: теоретические основы разработки туристского продукта, виды турпродукта и принципы его формирования; содержание гостиничных и других услуг, деятельность предприятий их предоставляющих; методы и способы продвижения и реализации туристского продукта; способы и технологию взаимодействия с предприятиями предоставляющими туристские услуги, гостиничными и другими предприятиями; потребности различных категорий потребителей туристского продукта, гостиничных и других услуг; виды обслуживания потребителей и условия качественного предоставления туристских, в том числе гостиничных услуг.

Уметь: разработать туристский продукт для различных категорий туристов по разным видам туризма; наиболее эффективно общаться с различными типами потребителей при организации обслуживания и реализации турпродукта и туруслуг; эффективно взаимодействовать с поставщиками туристских услуг, гостиничными и другими предприятиями; предоставить качественное обслуживание потребителю туристских услуг и турпродукта.

Владеть: навыками формирования туристского продукта; приемами сбора маркетинговой информации по состоянию туристского рынка, потребительскому спросу на рынке; основными формами взаимодействия с поставщиками туристских услуг, гостиничными предприятиями; основными методами и навыками эффективного продвижения туристского продукта и туруслуг; способностью решать возникшие проблемы, связанные с предоставлением туристских услуг; способностью организовать качественное обслуживание потребителя; способностью эффективного общения с потребителями турпродуктов и туруслуг.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.
Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетных единиц.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ _____ от _____

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности»

по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»
на 2019/2020 учебный год

1. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)
1.1.;
1.2.;
...
1.9.

2. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)
2.1.;
2.2.;
...
2.9.

3. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)
3.1.;
3.2.;
...
3.9.

Составитель
дата

подпись

расшифровка подписи