

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРАГЕНТСТВ

**Учебно-методическое пособие для студентов
специальности 43.03.02 - «Туризм»
очной формы обучения**

КАЗАНЬ 2015

УДК 338.48

Составитель

канд. эконом. наук, ст. преподаватель О.А.Бунаков

Научный редактор

канд. эконом. наук, доц. Б.М.Эйдельман

Рецензент

доктор геогр. наук, проф. В.А.Рубцов

Учебно-методическое пособие по курсу «Деятельность туристских агентств» для студентов специальности 43.03.02 – «Туризм» очной формы обучения / О.А.Бунаков. – Казань: Промполиграф, 2015. – 27с.

Учебно-методическое пособие по курсу «Деятельность туристских агентств» содержит организационно-методические указания и описание дисциплины, а также контрольные вопросы для самостоятельной проверки освоенного материала. Предназначено для бакалавров 43.03.02 - «Туризм», изучающих данную дисциплину в цикле профессиональных дисциплин.

© Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2015

Содержание

1. Цели освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	5
4. Структура и содержание дисциплины	8
4.1 Содержание аудиторной работы по дисциплине	9
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения	14
6. Самостоятельная работа студентов	15
6.1 перечень тем рефератов	15
6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины	18
7. Список рекомендуемой литературы	21
7.1 Основная литература	21
7.2 Дополнительная литература	22
7.3 Периодические издания	24
7.4 Интернет-ресурсы	24
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану	25

1. Цели освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование и закрепление у студентов знаний и навыков в области организации туристской деятельности, а также методов и приемов предоставления туристских услуг.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение основных этапов зарождения и развития туристских агентств;
- ознакомление студентов с особенностями зарождения и генезиса туристских агентств в России, Европе и в мире в целом;
- рассмотрение правовых норм, регулирующих сферу туризма;
- формирование понимания характерных черт современных российских и международных туристских организаций.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел

Б1.В.ОД.2 Дисциплины основной образовательной программы 43.03.02 Туризм и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 5, 6 семестры.

Дисциплина относится к базовой части профессионального цикла дисциплин специализации. Она ориентирована на установление межпредметных связей с другими учебными дисциплинами, такими как: "Туристско-рекреационное проектирование", "Экономика предприятия туризма", "Менеджмент в туристской индустрии", "Маркетинг в туристской индустрии" и пр..

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК-2 - Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК-3 - Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК-5
Использовать информационно-коммуникационные технологии

в профессиональной деятельности.

ОК-6 - Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ПК-7 - Оформлять отчетно-планирующую документацию.

ПК-9 - Рассчитывать стоимость туристского продукта

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- терминологию и аббревиатуры принятые в туристской практике;

- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности;

- особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; тенденции развития туризма;

- специфику и состав туристской индустрии; специфику туризма как сферы предпринимательской деятельности; основные виды турпродуктов;

- стандарты туристского обслуживания;

государственное регулирование туристской деятельности;

- особенности организации туристской деятельности в России, методы организации и обеспечения безопасности туристов и туристской деятельности

2. должен уметь:

- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению;

- анализировать тенденции развития туризма; соблюдать профессиональную этику работников туристской индустрии, анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятий туристской индустрии и потребителей (клиентов), применять инструменты управления и контроля качества продуктов и услуг туристской индустрии.

3. должен владеть:

- специальной терминологией и лексикой, необходимой при работе с туристами; навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии требованиям нормативной документации;

- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта,

мониторинга туристской индустрии, работы с жалобами потребителей туристского продукта;

- требованиями клиента (диета, аллергия, вегетарианство и т.д.);

- навыками работы со справочниками, периодическими изданиями, научными публикациями по туризму, туристскими каталогами.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц или 288 часов. Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 5 семестре; экзамен в 6 семестре. Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету и экзамену - 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.)

4.1 Содержание аудиторной работы по дисциплине

Тема 1. Понятие турагентской деятельности.

Функции и задачи турагентств. Участники туристического процесса. Понятие турфирмы, туристской индустрии. Туроператоры как ключевое звено туристской индустрии. Инициативный и рецептивный туроператор. Понятие турагенты, их роль и функции в туристском комплексе. Виды деятельности турфирмы. Особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности Клиент как участник туристского процесса. Потребитель турпродукта. Классы обслуживания. Факторы, влияющие на поведение потребителя туристского продукта.

Практическое занятие. Виды туристских организаций. Международные и российские туристские организации, их функции и роль в развитии туризма.

Тема 2. Взаимоотношения турагента с туроператором.

Туроператоры как создатели турпродукта. Виды договоров туроператоров и турфирм.

Практическое занятие. Особенности взаимоотношений

туроператоров и турагентств

Тема 3. Основные разделы бизнес-плана турагентства.

Особенности предпринимательской сферы в туризме. Виды предпринимательской деятельности в туризме и особенности ее организации. Государственное регулирование туристской деятельности. Лицензирование туристской деятельности. Процедуры организации и развития нового предприятия в туризме. Разработка учредительных документов. Регистрация туристической фирмы. Устав фирмы. Основные условия осуществления организацией туроператорской и турагентской деятельности. Особенности управления туристическим бизнесом. Инновационная деятельность туристских предприятий. Регулирование трудовых отношений в туристической фирме.

Практическое занятие. Организация технологического процесса работы туристической фирмы. Порядок ликвидации туристической фирмы.

Тема 4. Подготовка маркетингового плана турагентства

Необходимость составления маркетингового плана

туристского агентства. Основные положения. Виды маркетинговых стратегий.

Практическое занятие. Применение той или иной маркетинговой стратегии в туристском бизнесе.

Тема 5. Причины возникновения жалоб туристов.

Ошибки менеджера по туризму при работе с клиентами
Профессиональная этика работников сферы туризма. Протокол и этикет.

Практическое занятие. Рассмотрение претензий, замечаний и жалоб. Учет и анализ жалоб клиентов. Процедуры принятия мер по жалобам клиентов.

Тема 6. Фирменный стиль турагентства.

Компоненты фирменного стиля турагентства. Основные элементы фирменного стиля туристской фирмы: бренд, слоган, миссия, товарный знак.

Практическое занятие. Примеры удачных и неудачных элементов фирменного стиля туристских фирм.

Тема 7. Агентские сети в туризме: причины возникновения, способы присоединения, популярные агентские сети.

История возникновения агентских сетей в туризме.
Современные агентские сети.

Практическое занятие. Плюсы и минусы агентских сетей в индустрии туризма

Тема 8. Юридические формальности при создании турагентства.

Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие туристскую деятельность. ФЗ "Об основах туристской деятельности"

Практическое занятие. Оформление турфирмы от "а" до "я".

Тема 9. Имидж турагентства лекционное занятие
Понятие "имидж туристского предприятия". Необходимость формирования имиджа. Способы управления имиджем.

Практическое занятие. Способы формирования положительного имиджа в глазах потенциальных потребителей.

Тема 10. Роль маркетинга в туризме.

Туристский спрос, его особенности, прогнозирование спроса. Понятие структуры управления туристским

предприятием. Организационная структура управления туристским предприятием. Кадровая политика турфирмы по формированию персонала. Должностные обязанности персонала турфирмы. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии. Функции руководителя фирмы.

Практическое занятие. Мотивация работников. Управление конфликтными ситуациями. Контроль за трудовой дисциплиной работников.

Тема 11. Реклама в туризме.

Рекламная политика турагентства. Роль рекламы в современном туристском бизнесе

Практическое занятие. Составление рекламного проспекта турфирмы

Тема 12. Обслуживание клиента при продаже туров

Правила обслуживания туристов. Культура обслуживания туристов. Технология организации информационного обеспечения туристского обслуживания. Формирование коммуникативных навыков у работников сферы сервиса и туризма. Преодоление коммуникационных барьеров. Защита

прав туриста и интересов фирмы.

Практическое занятие. Методы организации и обеспечения безопасности туристов. Стандарты туристского обслуживания. Качество туристского обслуживания, технология его регулирования.

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В рамках преподавания дисциплины «Деятельность туристских агентств» используются следующие методы обучения:

- метод проектов (развитие приемов проектирования);
- работа в малых группах (ролевые игры и разбор ситуаций туристской практики);
- использование общественных ресурсов (мастер-классы; ролевые игры);
- метод социальных проектов во внеаудиторной самостоятельной работе студентов;
- интерактивные лекции;
- применение ТСО на лекциях и семинарских занятиях;
- коллективное обсуждение сложных дискуссионных вопросов и проблем (применение метода проблемных

ситуаций) и др.

6. Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студентов представлена в виде подготовки и написания рефератов, докладов, эссе и других письменных работ на заданные темы, а также в виде подготовки к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др. Студенту предоставляется право выбора темы. Индивидуальное задание может получить как каждый студент, так и часть студентов группы. Самостоятельная работа студентов поощряется дополнительными баллами. В случае затруднений при написании реферата или эссе студенты могут обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему данный курс.

6.1 Перечень тем рефератов

- 1) Анализ современных тенденций туристского рынка и перспективы развития агентского предпринимательства.
- 2) Роль, задачи и особенности функционирования турагентств на российском туристском рынке.
- 3) Анализ деятельности ведущих агентских сетей на современном туристском рынке.

- 4) Сделка турагента с туроператором (на конкретном примере).
- 5) Взаимодействие турагента и туроператора, бронирование туров.
- 6) Конкурентная политика турагентств.
- 7) Рекламная деятельность турагентства (на примере конкретного турагентства).
- 8) Разработка рекламно-информационного материала турагентства.
- 9) Разработка памятки туристу (на примере любого туристского направления).
- 10) Разработка памятки туристу (на примере любого вида туризма).
- 11) Продвижение турпродукта на внутреннем туристском рынке.
- 12) Реализация туристского продукта через турагентство.
- 13) Взаимодействие турагентств с авиакомпаниями.
- 14) Взаимоотношения туристской фирмы с гостиницами, бронирование мест.
- 15) Процедура создания турагентства.
- 16) Анализ бизнес-плана турагентства и рекомендации по его улучшению.
- 17) Анализ использования компьютерных технологий в работе турагентства.

- 18) Создание имиджа турагентства.
- 19) Внешнее и внутреннее оформление офиса турагентства.
- 20) Влияние положительного и отрицательного имиджа туристского агентства на его деятельность.
- 21) Анализ имиджевой политики турагентства и рекомендации по его улучшению.
- 22) Сравнительная характеристика договоров турагента с туристом.
- 23) Рекомендации по составлению идеальных договоров.
- 24) Технология обслуживания клиента при продаже турпродукта (на примере конкретного турагентства).
- 25) Разработка стратегии обслуживания клиента в турагентстве.
- 26) Организация продажи туров в турагентстве.
- 27) Работа с претензиями туристов в туристском агентстве.
- 28) Управление конфликтами в турагентстве.
- 29) Особенности оформления визы для туристов, отправляющихся в... (страна на выбор).
- 30) Анализ жалоб туристов, рекомендации по их предотвращению.
- 31) Особенности продаж популярных маршрутов и направлений отдыха (на примере любого туристского направления).

6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины.

1. Определение турагентской деятельности согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Структура туристского рынка, место турагентства в нем.
3. Функции и задачи турагентства.
4. Основные виды деятельности турагентств. Дополнительные услуги, оказываемые турагентством.
5. Определение понятия «франчайзинг». Услуги, включенные в франшизу.
6. Виды сетевого бизнеса. Причины присоединения турагентств к сетям.
7. Агентские сети. Наиболее известные сети турагентств.
8. Услуги, входящие в турпродукт.
9. Особенности оформления виз в составе турпакета.
10. Виды страхования туристов.
11. Виды и особенности перевозки, входящей в состав тура.
12. Условия предоставления гостиничных услуг.
13. Виды средств размещения.
14. Классификация гостиниц, типы номеров.
15. Типы питания в гостиницах.

16. Бронирование турагентством мест в гостиницах.
17. Бронирование билетов в турагентстве.
18. Критерии выбора турагентством туроператоров для сотрудничества.
19. Виды сделок, возможные между туроператором и турагентом. Их особенности.
20. Работа турагента с каталогами и другими информационными ресурсами.
21. Ответственность туроператора и турагента перед туристом.
22. Этапы создания туристского агентства.
23. Формы собственности в турагентской деятельности.
24. Особенности работы индивидуального предпринимателя и ООО.
25. Понятие «бизнес-план», роль бизнес-плана в деятельности турагентства.
26. Основные разделы бизнес-плана, их содержание.
27. Стратегические задачи турагентства.
28. Выбор места размещения офиса турагентства.
29. Оснащение офиса турагентства.
30. Понятие «фирменный стиль», его составляющие.
31. Понятие «имидж», его роль в деятельности турагентства.

32. Понятие товарного знака, его регистрация.
33. Организационная структура туристского агентства.
34. Качества, которыми должен обладать сотрудник турагентства.
35. Способы мотивации труда в турагентстве.
36. Обучение сотрудников.
37. Компьютерные технологии в туризме, автоматизация работы.
38. Системы поиска туров. Сравните их возможности и условия использования.
39. Технологии бронирования туров у туроператоров.
40. Роль маркетинга в деятельности турагентств.
41. Особенности спроса на туристском рынке и способы его регулирования.
42. Основные виды рекламы, используемые турагентством.
43. Конкурентная политика турагентства.
44. Мотивы потенциальных клиентов при выборе турагентства.
45. Типы покупателей и мотивы клиентов при покупке тура.
46. Этапы общения с клиентом. Методы формирования мотивации к покупке тура.
47. Процедура оформления продажи тура. Документация туристского агентства.

48. Постпродажная работа с клиентами.
49. Причины возникновения жалоб.
50. Порядок работы с претензиями туристов.
51. Формирование лояльности клиентов.

7. Список рекомендуемой литературы

7.1 Основная литература

1. Абрамец М. Изучение деятельности туристических фирм в России [Электронный ресурс] / М. Абрамец. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 90 с.
2. Бгатов А.П. Туристские формальности: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / А.П. Бгатов. – 2-е изд., испр.и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2013
3. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие / С.А. Быстров – М.: ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013
4. Ватутин С., Дашкиев М.. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2013
5. Морошкин В.А., Буров В.П. Бизнес-планирование: учебное пособие/ 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ, 2009

6. Мохова Ю.А., Мохов Г.А. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. – Спб.: Питер, 2010. – 240 с.: ил. – (Серия «Начать и преуспеть»).

7. Сухов Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве: учебное пособие/Р.И. Сухов – Ростов н/д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010.

8. Тимофеев М. С. Современное направление развития турагентской деятельности в РФ: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / М.С. Тимофеев. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 117 с. (Университетская библиотека)

9. Особенности работы менеджера в туристической фирме [Электронный ресурс] / А.Ю. Дворецкий. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 111 с. (Университетская библиотека)

7.2 Дополнительная литература

10. Волошин Н.И. Правовые основы туристской деятельности: Учебник.3-е изд., испр. и доп. – М.: Советский спорт, 2007.

11. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по

специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В.Ю. Воскресенский. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463 с.

12. Ильина Е.Н. Деятельность туристских агентств: Туристский рынок и предпринимательство: учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2004.

13. Ильина Е. Н. Туризм - путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: Учебник для туристских колледжей и вузов. - М., 1998.

14. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000.

15. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5-ти М.: Финансы и статистика, 1998.

16. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие/А.Б.Косолапов. – М.: КНОРУС, 2008.

17. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: Учебник. М.:Финансы и статистика, 2001.

18. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001.

19. Морган Н., Причард А. «Реклама в туризме и

отдыхе: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.

20. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие/ Авт.-сост.И. В. Зорин, В. А. Квартальнов.- М.: Советский спорт, 1999.

7.3 Периодические издания

21. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»
22. Журнал «Турбизнес»
23. Журнал «Горячая линия»
24. Журнал «Путешествия по России»
25. Журнал «Живописная Россия»
26. Туринфо – Туристская информационная газета
27. TTG - Туристская деловая газета

7.4 Интернет-ресурсы

Отзывы по странам и гостиницам - www.tophotels.ru

Туристический портал города Казани - www.gokazan.ru

Туристская библиотека - www.tourlib.ru

Федеральное агентство по туризму - www.russiatourism.ru

Государственный комитет по туризму Республики Татарстан –

www.tatarstan.tourism.ru

Сайт туристской литературы - www.tourlib.com

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины "Деятельность туристских агентств" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек.

Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления

оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя.

Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам.

ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов

страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов.

В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения. мультимедийная аудитория.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.02 "Туризм" и профилю подготовки Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг .