

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение развития территорий



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Организация туристской деятельности БЗ.Б.4

Направление подготовки: 100400.62 - Туризм

Профиль подготовки: Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Зиновьева А.А.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Рубцов В. А.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение развития территорий):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 948328414

Казань

2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Зиновьева А.А. кафедра сервиса и туризма Отделение развития территорий, AAZinoveva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

1.1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Организация туристской деятельности" является максимальное сближение теории и практики современного международного туристического бизнеса и формирование у студентов комплексного представления основных составляющих туристских формальностей и их роли в туристском бизнесе.

1.2. Задачи курса:

□ Освоение студентами знаний и представлений о природе, направлениях, принципах, функциях и механизмах функционирования института связей с общественностью в современном мире.

□ Овладение студентами теоретическими и практическими навыками организации и проведения новостных мероприятий.

□ Помощь студентам в осмыслении широкого спектра существующих форм и направлений PR-деятельности в экономической и социально-политической сферах жизни общества.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б3.Б.4 Профессиональный" основной образовательной программы 100400.62 Туризм и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, 5, 6 семестры.

Дисциплина относится к циклу Б3.Б.4. Профессиональный цикл, базовая часть.

ООП ВПО для направления подготовки (бакалавриат) 100400.62 "Туризм" профиль "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг" предусматривает изучение дисциплины "Организация туристской деятельности" в составе профессионального цикла, базовой его части.

Данный курс находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими учебными курсами как: "Сервисная деятельность", "Туроперейтинг", "Правовое обеспечение туристских услуг".

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, полученные из предшествующих курсов: "Человек и его потребности", "Безопасность жизнедеятельности", "Стандартизация и сертификация туристских услуг", "Профессиональная этика и этикет".

В тоже время на основе изучения данной учебной дисциплины строится освоение таких учебных курсов как: "Психология делового общения", "Маркетинговые исследования туристского рынка", "Инновации в туризме" и "Безопасность в туризме", а также производственной практики студентов.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-13 (общекультурные компетенции)	владением основными методами организации безопасности жизнедеятельности людей, их защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, иных ситуаций в туристской деятельности

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства
ПК-9 (профессиональные компетенции)	умением рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

понятия, особенности, классификации и функции туроператора и турагента - основных субъектов туристской индустрии; роль и сущность туруслуг; задачи деятельности туроператора; порядок проектирования и планирования тура; особенности организации различных видов туров; требования к классам обслуживания; технологическую документацию тура; рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта и т.д.

2. должен уметь:

самостоятельно формировать пакет туристских услуг, оформлять договора, визы, решать валютные вопросы

3. должен владеть:

практическими навыками составления различных видов программ обслуживания на турах; владения методическими приемами ценообразования туров; ведения переговоров с партнерами; принятия тактических решений по рекламе при продвижении турпродукта и т.д.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

к использованию методики туроператорской деятельности; к созданию турпродукта; применять на практике нормы и правила гостеприимства в туризме; формировать основы коммуникации между туроператором и потребителем, туроператором и турагентом - словом, всего того, что, так или иначе, включается в туристическую деятельность.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных(ые) единиц(ы) 288 часа(ов).

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 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 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные понятия туристской индустрии	5		2	2	0	
2.	Тема 2. Классификация видов и форм туризма	5		2	2	0	
3.	Тема 3. История развития туризма в мире	5		2	2	0	
4.	Тема 4. История развития туризма в России	5		2	2	0	
5.	Тема 5. Туроператор как субъект туристической индустрии	5		2	2	0	
6.	Тема 6. Формы организации деятельности туристского предприятия (Турагентство)	5		2	2	0	
7.	Тема 7. Основы туроперейтинга	5		2	2	0	
8.	Тема 8. Турпроектирование	5		2	2	0	
9.	Тема 9. Маркетинг в туроперейтинге	5		2	2	0	
10.	Тема 10. Дифференциация и позиционирование в туристической деятельности	6		2	6	0	
11.	Тема 11. Турпланирование	6		2	6	0	
12.	Тема 12. Заключение договоров с поставщиками услуг	6		2	6	0	
13.	Тема 13. Ценообразование в туризме	6		2	6	0	
14.	Тема 14. Продвижение турпродукта	6		2	6	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
15.	Тема 15. Рекламные методы продвижения турпродукта	6		2	6	0	
16.	Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта	6		2	6	0	
17.	Тема 17. Организация обслуживания туристов	6		2	6	0	
18.	Тема 18. Документооборот в туризме	6		2	0	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	экзамен
	Итого			36	66	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия туристской индустрии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятия "туризм" и "туристская индустрия". Изготовители туристического продукта: туроператор и турагент. Основные различия между туроператорами и турагентами. Основные и дополнительные туристские потребности. Туристские услуги: турпакеты, турпродукты и туры.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятия ?туризм? и ?туристская индустрия?. 2. Основные и дополнительные туристские потребности. 3. Туристские услуги: турпакеты, турпродукты и туры.

Тема 2. Классификация видов и форм туризма

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Типы туризма в соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО). Категории туризма. Классификации форм туризма. Классификация видов туризма по целям отдыха. Специальные виды туризма.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные подходы к классификации типов, категорий и форм туризма. 2. Классификация видов туризма.

Тема 3. История развития туризма в мире

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные этапы в истории развития туризма в мире. Краткая характеристика первого этапа развития мирового туризма. Основные мотивы путешествий на первом этапе развития туризма. Основные факторы, способствовавшие развитию элитарного туризма. Зарождение массового туризма. Развитие массового социального туризма после Второй мировой войны

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Периодизация истории развития мирового туризма. 2. Развитие элитарного туризма. 3. Зарождение и развитие массового социального туризма.

Тема 4. История развития туризма в России

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Развитие туризма в царской России. Специфика и периоды развития туризма в СССР. Особенности развития туризма в России на современном этапе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Дореволюционный этап развития отечественного туризм. 2. Развитие туризма в СССР. 3. Из истории современного туризма в Российской Федерации.

Тема 5. Туроператор как субъект туристической индустрии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Средства производства турпродукта. Инфра- и супра- структуры туризма. Информационное поле туризма. Туроператор: производитель туруслуг. Виды туроперейтинга и туроператоров. Основные функции туроператора.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Средства туристического производства. 2. Виды туроперейтинга и туроператоров. 3. Основные функции туроператора.

Тема 6. Формы организации деятельности туристского предприятия (Турагентство)

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Турагент: посредник, реализующий турпродукт. Виды турагентств. Основные функции турагентств.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Виды турагентств. 2. Основные функции турагента.

Тема 7. Основы туроперейтинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Особенности туроперейтинга как вида деятельности. Цикл работ туроператора. Основные задачи деятельности туроператора. Индивидуальные и групповые туры. Основные потребительские свойства турпродукта. Основные технологии и принципы обслуживания туристов. Классы обслуживания. Пакет услуг - основной туристский продукт. Заказные и инклюзив туры их достоинства и недостатки.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основы туроператорской деятельности. 2. Классы обслуживания. 3. Пакет услуг.

Тема 8. Турпроектирование

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Турпроектирование и турпроект как его результат. ГОСТ Р 50681-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг". Технологическая документация - результат проектирования туруслуги. Программа обслуживания туристов. Уровень обслуживания туристов. Оптимальная программа обслуживания. Территориальная разработка программы. Особенности организации различных видов туров. Поставщики туристических услуг и их идентификация.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Проектирование тура. 2. Программа обслуживания. 3. Поставщики туристических услуг и их идентификация.

Тема 9. Маркетинг в туроперейтинге

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этапы маркетингового исследования туррынка. Географическое, экономическое возрастное и др. сегментирование туррынка. Фокус-группы (групп). Типы конкурентов туроператора. Анализ конкурентной среды туроператора. Детализация потребностей членов фокус-группы (групп).

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Маркетинговые исследования в разработке турпродукта. 2. Сегментирование рынка. Определение потребностей сегментов туррынка и возможностей туроператора. 3. Анализ конкурентной среды. Определение фокус-группы.

Тема 10. Дифференциация и позиционирование в туристической деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность и содержание понятие "дифференциация туров" и "дифференциация туроператоров". Основные виды позиционирования туроператоров и туров в организации туристической деятельности.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Дифференциация туров. 2. Позиционирование туроператоров.

Тема 11. Турпланирование

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Планирование тура и его основные этапы. Турпакет: результат турпланирования. Договорный план. Договорная компания. Реквизиты договоров. Переговоры с поставщиками услуг. Основные психологические подходы к ведению переговоров. Основные схемы работы туроператоров по реализации и организации туров.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Планирование тура. Договорный план тура. 2. Переговоры с поставщиками услуг. 3. Схемы работы туроператоров по реализации и организации туров.

Тема 12. Заключение договоров с поставщиками услуг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Договоры с поставщиками услуг, средствами размещения и предприятиями питания. Соглашения о свободной продаже. Соглашения и документы (договоры), регулирующие взаимоотношения гостиничных предприятий с турагентами и туроператорами. Договор с предприятием питания. Договоры с экскурсионными фирмами и музеями. Договоры с перевозчиками. Договор аренды транспортного средства. Договорные взаимоотношения с авиаперевозчиками. Агентское соглашение с авиакомпанией. Чартер. Договоры с железной дорогой. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами. Оформление сделки купли-продажи туров. Договор о туристском обмене. Договоры на оказание дополнительных услуг.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Договоры с поставщиками основных и дополнительных услуг, средствами размещения и предприятиями питания. 2. Договоры с перевозчиками. 3. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами.

Тема 13. Ценообразование в туризме

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цена турпакета. Виды цен в туризме. Тарифы туроператора. Процедура ценообразования турпродукта. Издержки туроператора. Варианты расчетов себестоимости тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы. Расчет нулевой рентабельности монопрофильного туроператора. Расчет нулевой рентабельности многопрофильного туроператора. Ассортимент туроператора. Тарифы туроператора. Основные методы ценообразования в туроперейтинге. Уменьшение и повышение цены на турпакет.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Цена турпакета. 2. Ценообразование турпродукта. 3. Методы ценообразования.

Тема 14. Продвижение турпродукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Продвижение тура. Основные цели и инструменты продвижения турпродукта. Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта туроператора. Собственные бюро продаж туроператора и их основные функции. Основные схемы рыночных каналов продвижения турпродукта туроператора. Розничная и оптовая торговля туруслугами. Традиционная и нетрадиционные формы сбыта турпродукта. Прямые продажи корпоративным клиентам. Реализация туров через глобальные компьютерные системы бронирования и резервирования через Интернет. Разновидности агентских сетей. Агентский договор.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Продвижение турпродукта и формирование сбытовой сети. 2. Основные формы продажи турпродукта. 3. Работа с агентствами. Агентское соглашение.

Тема 15. Рекламные методы продвижения турпродукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Отличительные черты рекламы в индустрии туризма. Цели рекламы в туризме. Основные блоки тактических решений по туррекламе. Эффективность размещения рекламы. Каталог туроператора. Генеральные и служебные каталоги туроператора. Требования предъявляемые к основным и служебным каталогам. Ценовое приложение туроператора и его варианты. Цена разработки оригинал-макета каталога. Распространение каталогов.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Тактические решения по рекламе турпродукта. 2. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения турпродукта.

Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Нерекламные методы продвижения турпродукта. Основные средства стимулирования потребителей (туристов) и турагентов. Основные средства пропаганды турпродукта. Выставочная деятельность в туризме и ее основные черты. Классификация выставочных мероприятий. Затраты и польза от участия в турвыставках. Характеристика основных этапов выставочной деятельности.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Стимулирование продажи. 2. Пропаганда турпродукта. 3. Участие в выставках.

Тема 17. Организация обслуживания туристов

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Туристская стратегия обслуживания. Основные направления и компоненты стратегии обслуживания туристов. Программный туризм. Основные требования к турпрограммированию. Классификация программ туристского отдыха. Основные виды анимационных программ в туризме. Формула анимации в туризме. Методические основы анимационного туроперейтинга. Качество туристского обслуживания. Два подхода к определению качества работы туроператора. ГОСТ Р 50690-94 ?Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования?. ГОСТ Р 50691-94 ?Модель обеспечения качества услуг?. Основные направления в организации качества обслуживания туристов.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов. 2. Анимация обслуживания. 3. Качество обслуживания и способы его регулирования.

Тема 18. Документооборот в туризме

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Порядок обслуживания потребителей туристских услуг (туристов). Договор о туристском обслуживании. Туристская путевка. Туристский ваучер. Памятка туриста. Расписка о получении документов.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
10.	Тема 10. Дифференциация и позиционирование в туристической деятельности	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
11.	Тема 11. Турпланирование	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	20	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
12.	Тема 12. Заключение договоров с поставщиками услуг	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
13.	Тема 13. Ценообразование в туризме	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	20	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
14.	Тема 14. Продвижение турпродукта	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	20	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
15.	Тема 15. Рекламные методы продвижения турпродукта	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
16.	Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
17.	Тема 17. Организация обслуживания туристов	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
18.	Тема 18. Документооборот в туризме	6		Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки	15	Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач.
Итого					150	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

По курсу предусмотрено использование активных методов обучения в форме деловых игр. Деловые игры проводятся с учетом принципа имитационного моделирования конкретных условий проекта, принципа совместной деятельности (группа разбивается на команды), принципа диалогического общения (дискуссия с максимальным участием каждого студента), принципа двуплановости (развитие реальных личностных характеристик в игровых условиях, принципа проблемности (в основе деловой игры лежит конкретная проблема практической деятельности). Цель деловых игр: воспитание системного мышления специалиста, передача целостного представления о профессиональной деятельности, обучение коллективной мыслительной и практической работе, воспитание ответственного отношения к делу, обучение методам моделирования. В процессе деловой игры реализуется цепочка решений в связи с единой игровой целью у каждой команды. Количество студентов в команде адекватно поставленной задаче.

На самостоятельное изучение выносятся следующие задания:

Раскройте сущность следующих понятий: Блок-чартер, бронирование гостиничных услуг на договорных условиях, ваучер, высокий сезон, гарантированное бронирование, Евролайн, единовременная вместимость, индивидуальный тур, инклюзив-тур, интер-райл, категория гостиницы, класс обслуживания, негарантированное бронирование, низкий сезон, номерной фонд, прямое бронирование, пакидж-тур, сезонно-ценовой план, система фортуна, таймшер, такс-фри (tax free), трансфер, туристическая фирма, туристическое агентство, туроператор, фиксированная квота, чартер.

Деловая игра "Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта"

Игра проводится в течение 16 академических часов в рамках изучаемого курса. Цель деловой игры - подготовить студентов к практической работе в области продвижения турпродукта. В ходе игры студенты должны получить знания и навыки необходимые при проведении рекламной и PR-кампаний, подготовки туристских каталогов, для участия в туристских выставках.

В ходе деловой игры студентам необходимо самостоятельно выработать цели и задачи деловой игры. Сформировать соревнующиеся между собой турфирмы. Распределить роли в туристских предприятиях, функции и обязанности участников деловой игры.

Осуществить выбор каждой турфирмой объекта рекламы (турпродукта) и метода его продвижения. Проанализировать работу коллег-соперников, провести выступление независимых экспертов.

Подготовить презентацию готового проекта продвижения турпродукта для независимых экспертов и публично защитить свой концепт-проект.

Перечень методических материалов, для сдачи студентами в конце деловой игры, оформленных в виде итогового отчета должен включать:

- задание с характеристикой турфирмы и продвигаемого турпродукта;
- перечень акций и мероприятий по популяризации и продвижению турпродукта;
- план-график мероприятий по продвижению турпродукта;
- проект договора со сторонними организациями, поставщиками услуг, необходимых для продвижения турпродукта;
- наглядный материал в виде макетов печатной продукции (проспекты, листовки, приглашения, плакаты и т.п.), аудиовизуальной рекламной продукции, компьютеризированной рекламы, сувенирной рекламы и т.п. необходимой для продвижения турпродукта;
- смета расходов необходимых для запланированных мероприятий по продвижению турпродукта.

Практические задания

Задание 1. Перечислите и расшифруйте все основные сокращения встречающиеся в предложениях турфирм. По следующим категориям:

- номерной фонд;
- питание;
- типы размещения;
- виды из окон номера.

Задание 2. Вы являетесь инициативным туроператором. Перед вами поставлена задача, составить временную шкалу для новой летней туроперейтинговой программы инициативного туроператора. Заполните таблицу.

Виды деятельности Годы Месяцы Конкретные виды работ

Задание 3. Вы являетесь рецептивным туроператором. Составьте временную шкалу рецептивной туроперейтинговой программы действующего тура. Заполните таблицу.

Виды деятельности Годы Месяцы Конкретные виды работ

Задание 4. Самостоятельно проведите исследования рекламы турфирм по средствам массовой информации и определите среди рекламы предложения инициативных и рецептивных туроператоров. По каким параметрам их можно определить?

Найдите среди рекламных предложений инклюзив-туры, назовите их и охарактеризуйте. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем рекламные объявления последних отличаются от рекламы инклюзив-туров?

Задание 5. Возьмите для примера два каких-либо туристских продукта (тура) российского рецептивного туроператора и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их. Проанализируйте, от чего зависят конкретные потребительские свойства каждого продукта.

Произведите экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. В каком случае предлагается более оптимальная программа? От каких факторов производства это зависит?

Разработайте план-программу обеспечения гостеприимства на каждом из исследуемых туров.

Задание 6. Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном туре по маршруту Казань - Сочи - Казань.

1. Определите:

- 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;
- потребность в гидах, экскурсоводах;
- необходимое количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок;
- формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листовок к туристским путевкам с описанием путешествия.

2. На основании данного проекта программы обслуживания, соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте:

- предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов;
- программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом;
- разные по уровню (классу) обслуживания программы.

Задание 7. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Казани:

А. Познавательный тур по Казани - 5 дней.

Б. Конгресс-тур по Казани - 5 дней (с дообеденными заседаниями),

В. Спортивный тур по Казани - 3 дня.

Задание должно быть выполнено: а) по набору услуг; б) по дням обслуживания.

Задание 8. Представьте, что ваша фирма организует туры по Казани. Назовите предполагаемых поставщиков услуг для ниженазванных туров вашей фирмы:

А. "Казань - тысячелетняя".

Б. Деловой тур в Казань.

В. Народные промыслы Татарстана.

Г. Знакомство с национальной татарской кухней в Казани.

Задание 9. Разработайте новый хобби-тур "Знакомство с национальной татарской кухней" на следующий год для приема иностранных туристов.

Маршрут тура: Москва - Казань на 6 дней.

Примерная программа тура: размещение в гостиницах первого класса, питание в ресторанах Казани, дающих представление о национальной кухне; экскурсии: обзорная по Казани, в Казанский Кремль, в Зилантов монастырь; прогулка по вечернему "Казанскому посаду"; теплоходная прогулка по Волге до острова Свияжска (летом); экскурсия в Раифский Богородицкий мужской монастырь. В свободное от экскурсий время туристам предлагаются: знакомство с национальными промыслами, занятия по татарской кулинарии, шопинг, посещение аквапарка, ужин с дегустацией в ресторане "Дом татарской кулинарии" и прощальный ужин в русском ресторане.

Срок действия тура: май - октябрь.

Питание - полный пансион в ресторане гостиницы, в 1-й и 6-й день - питание в пути следования.

Используя форму таблицы, представленную ниже, составьте договорный план с поставщиками услуг этого тура.

◆ Наименование партнера Основной предмет договора Срок действия договора Сроки заключения договора Особые сведения

Задание 10. Возьмите одного из поставщиков услуг (гостиницу, транспортное предприятие) из разработанных вами при выполнении предыдущих практических заданий туров и составьте план ведения переговоров с ним. Проанализируйте обстоятельства переговоров, пути реализации возможных решений, "портрет" вашего делового партнера, используя рекомендации, данные в этой главе.

Спрогнозируйте возможные доводы партнера по переговорам и, используя правила психологического подхода, подготовьте контрдоводы, способные убедить его принять ваши предложения.

Задание 11. Тур, составленный и подготовленный вами, действует круглый год и имеет циклический характер. День приезда новой группы и день отъезда предыдущей не совпадают, а следуют друг за другом. Вы работаете в турфирме г. Казань и отправляете группы туристов на этот тур регулярно 2 раза в месяц. Составьте проект договора с Горьковской железной дорогой на обеспечение туристов, путешествующих по этому маршруту, проездными железнодорожными билетами.

Задание 12. Ваша фирма организует тур "Народные промыслы Татарии". Собственной экскурсионной службы не имеет и заказывает экскурсии в экскурсионном бюро. Составьте проект договора на данный тур (на год) с экскурсионным бюро на обслуживание экскурсиями циклично заезжающих групп туристов.

Подготовьте проект договора с музеем на посещение его группами ваших туристов по специальным заявкам.

Задание 13. Вы работаете в туристской фирме Москвы и ведете переговоры с казанским туроператором о приеме ваших туристов в Казани на туре "Казань тысячелетняя".

Разработайте проект договора между вашими туроператорскими фирмами.

Задание 14. Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: На кого ориентирован туристский продукт? Что вы хотите сказать о качестве вашего продукта? Какой формы должно быть ваше объявление? Видеоряд? Какие рекламные носители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски, ТВ)? Когда должна выйти ваша реклама?

Задание 15. Составьте план мероприятий для туроператорской PR-компании, чтобы они были направлены на:

- перманентную организацию информационного потока от компании к существующим и потенциальным партнерам и клиентам;
- создание и поддержание имиджа компании и обеспечение эффекта ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях;
- достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и социума, на который ориентируется ваш бизнес.

Задание 16. Туроператор формирует собственный недельный чартерный рейс в Болгарию. Стоимость чартера, оплаченного оператором - 21000 \$, вместимость воздушного судна - 155 человек. Для обеспечения "наземного обслуживания" своих туристов оператор предварительно выкупил 100 мест жестким блоком у местного отельера по средней цене 7 \$ в сутки, при этом размер элота по жесткому блоку, отнесенный на планирующийся заезд, составил - 4900 \$. Расселение оставшихся 55 человек (155 - максимальная загрузка лайнера) планируется в том же отеле на условиях элота с мягким блоком мест по цене - 11 \$ с человека в сутки. Определите точку нулевой рентабельности авиарейса, если предложения конкурентов на рынке на идентичный тур оцениваются в 260 \$.

Задание 17. Туроператор планирует организовать чартерный рейс в Тунис, стоимость чартерной перевозки, заявленной авиакомпанией - 29000 \$. Условия работы оператора с отелем - элотмент по мягкому блоку мест (неограниченное количество мест) со средней стоимостью наземного обслуживания 130 \$ с человека. Минимальные рыночные возможности туроператора объективно оценены в 106 человек (при максимальной загрузке лайнера в 155 человек). Определите отпускную цену тура и размер прибыли туроператора в случае превышения им минимально допустимой загрузки судна на 12%.

Задание 18. Туроператор планирует организовать летние шаттл-чартеры, т.е. чартерную цепочку (с регулярностью - 10 дней) в Мармарис (Турция). Для этого на весенней туристической выставке в Москве им был заключен договор на комитмент - условия работы с 3 отелями Мармариса на общее количество 160 коек, по которому стоимость суток проживания составила 11 \$ с человека. Авиакомпания предоставляет для осуществления перелетов Ту-154, максимальная коммерческая загрузка которого 160 человек, стоимость каждого шаттл-чартерного полета - 27000 \$. Туроператор рассчитал норму прибыли не менее 35%. Определите отпускную цену с учетом комиссионного вознаграждения агентам в размере 10%.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Основные понятия туристской индустрии

Тема 2. Классификация видов и форм туризма

Тема 3. История развития туризма в мире

Тема 4. История развития туризма в России

Тема 5. Туроператор как субъект туристической индустрии

Тема 6. Формы организации деятельности туристского предприятия (Турагентство)

Тема 7. Основы туроперейтинга

Тема 8. Турпроектирование

Тема 9. Маркетинг в туроперейтинге

Тема 10. Дифференциация и позиционирование в туристической деятельности

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы:

Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Казани: А. Познавательный тур по Казани ? 5 дней. Б. Конгресс-тур по Казани ? 5 дней (с дообеденными заседаниями), В. Спортивный тур по Казани ? 3 дня. Задание должно быть выполнено: а) по набору услуг; б) по дням обслуживания.

Тема 11. Турпланирование

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы: Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном туре по маршруту Казань ? Сочи ? Казань. 1. Определите: ? 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; ? потребность в гидах, экскурсоводах; ? необходимое количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок; ? формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листовок к туристским путевкам с описанием путешествия. 2. На основании данного проекта программы обслуживания, соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: ? предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов; ? программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом; ? разные по уровню (классу) обслуживания программы.

Тема 12. Заключение договоров с поставщиками услуг

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы: Представьте, что ваша фирма организует туры по Казани. Назовите предполагаемых поставщиков услуг для ниженазванных туров вашей фирмы: А. ?Казань ? тысячелетняя?. Б. Деловой тур в Казань. В. Народные промыслы Татарстана. Г. Знакомство с национальной татарской кухней в Казани.

Тема 13. Ценообразование в туризме

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы: Тур, составленный и подготовленный вами, действует круглый год и имеет циклический характер. День приезда новой группы и день отъезда предыдущей не совпадают, а следуют друг за другом. Вы работаете в турфирме г. Казань и отправляете группы туристов на этот тур регулярно 2 раза в месяц. Составьте проект договора с Горьковской железной дорогой на обеспечение туристов, путешествующих по этому маршруту, проездными железнодорожными билетами.

Тема 14. Продвижение турпродукта

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы: Возьмите одного из поставщиков услуг (гостиницу, транспортное предприятие) из разработанных вами при выполнении предыдущих практических заданий туров и составьте план ведения переговоров с ним. Проанализируйте обстоятельства переговоров, пути реализации возможных решений, ?портрет? вашего делового партнера, используя рекомендации, данные в этой главе. Спрогнозируйте возможные доводы партнера по переговорам и, используя правила психологического подхода, подготовьте контрдоводы, способные убедить его принять ваши предложения.

Тема 15. Рекламные методы продвижения турпродукта

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы: Самостоятельно проведите исследования рекламы турфирм по средствам массовой информации и определите среди рекламы предложения инициативных и рецептивных туроператоров. По каким параметрам их можно определить? Найдите среди рекламных предложений инклюзив-туры, назовите их и охарактеризуйте. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем рекламные объявления последних отличаются от рекламы инклюзив-туров?

Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы:

Ваша фирма организует тур ?Народные промыслы Татарии?. Собственной экскурсионной службы не имеет и заказывает экскурсии в экскурсионном бюро. Составьте проект договора на данный тур (на год) с экскурсионным бюро на обслуживание экскурсиями циклично заезжающих групп туристов. Подготовьте проект договора с музеем на посещение его группами ваших туристов по специальным заявкам.

Тема 17. Организация обслуживания туристов

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы:

Возьмите для примера два каких-либо туристских продукта (тура) российского рецептивного туроператора и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их. Проанализируйте, от чего зависят конкретные потребительские свойства каждого продукта. Произведите экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. В каком случае предлагается более оптимальная программа? От каких факторов производства это зависит? Разработайте план-программу обеспечения гостеприимства на каждом из исследуемых туров.

Тема 18. Документооборот в туризме

Контроль самостоятельной работы студентов по заданной тематике проводится в ходе опроса студентов, по результатам тестирования и решения ситуационных задач. , примерные вопросы:

Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: На кого ориентирован туристский продукт? Что вы хотите сказать о качестве вашего продукта? Какой формы должно быть ваше объявление? Видеоряд? Какие рекламносители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски, ТВ)? Когда должна выйти ваша реклама?

Тема . Итоговая форма контроля

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету и экзамену:

Вопросы к экзамену

1. Дайте определение туроперейтинга.
2. Каковы основные различия между туроператором и турагентом?
3. Что такое туроператор? Что такое турагент?
4. Какие виды туроперейтинга вам известны?
5. Каковы основные функции туроперейтинга?
6. Дайте определение тура. Перечислите основные виды туров.
7. Что такое турпродукт? Назовите основные потребительские свойства турпродукта и охарактеризуйте их.
8. Дайте определение понятия "пакет услуг" и назовите факторы, влияющие на его комплектацию.
9. Что такое основные и дополнительные услуги? В чем их различие?
10. Что такое проектирование тура? Назовите этапы проектирования туруслуги согласно ГОСТ Р 50681-94.
11. Что такое вербальная модель тура, из чего она состоит?
12. Что такое технологическая карта тура? Какая информация в ней содержится?
13. Каковы общие требования к туристской услуге согласно ГОСТ Р 50690-9004?
14. Назовите рекомендуемые требования к туруслуге?
15. Кто утверждает документацию на спроектированные услуги и процессы обслуживания? Могут ли быть внесены в нее изменения?
16. Что такое программа обслуживания? Расскажите о порядке составления программы обслуживания.
17. От каких параметров зависит уровень обслуживания туристов? Что такое оптимальная программа обслуживания?

18. Какие организации и предприятия участвуют в обслуживании туристов на туре?
19. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?
20. На какие моменты следует обратить внимание при выборе поставщика услуги?
21. Как оформляются взаимоотношения с партнерами - поставщиками услуг?
22. Что такое договорной план? Какие разделы он в себя включает? От чего зависит состав договорного плана туроператора?
23. Приведите типичную временную шкалу для летней туроперейтинговой программы.
24. Как нужно готовиться к договорной кампании? Перечислите правила психологического подхода к ведению переговоров.
25. Для чего нужен договор с поставщиками услуг? Что представляет собой договор и как он оформляется? Назовите необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.
26. Какими нормативно-правовыми документами национального уровня регулируются договорные отношения в туризме?
27. Назовите виды договоров с гостиничными предприятиями, расскажите об их особенностях.
28. Какими документами международного и национального уровня регулируются взаимоотношения туроператоров с гостиничными предприятиями?
29. Какими нормативными актами РФ и международными документами регламентируются авиаперевозки туристов и договорные взаимоотношения с авиакомпаниями?
30. Охарактеризуйте виды договоров с авиакомпанией. Что подразумевает агентское соглашение с авиакомпанией? Какие моменты необходимо предусмотреть в договоре?
31. Расскажите об организации чартерных программ. Как рассчитывается стоимость чартерного авиарейса и шатл-чартера?
32. Какими документами (российскими и международными) регламентируется организация автобусных перевозок туристов?
33. Что такое листы поездки? За что при организации автобусных туров несет ответственность турфирма, а за что автотранспортное предприятие?
34. Какие существуют виды договоров между туроператором и железной дорогой? В чем их специфика.
35. Что должно быть отражено в договоре между рецептивным и инициативным туроператорами при организации инклюзив-тура, заказного тура?
36. Для чего необходима технологическая документация туров? Назовите полный список технологических документов тура. Охарактеризуйте эти документы.
37. Перечислите основные каналы реализации туристского продукта. Чем отличаются внутренние и внешние каналы сбыта? В каком случае какие каналы используются?
38. Назовите две формы организации сбыта туристского продукта.
39. Что представляют собой собственные бюро продаж и каковы их основные функции?
40. Что такое канал продвижения? Какие существуют схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора? В каких случаях используется тот или иной канал?
41. Расскажите об розничных и оптовых туристских фирмах. Каково их место и роль в структуре каналов сбыта?
42. Что такое агентское соглашение? Что является предметом и объектом агентского соглашения? Каковы необходимые условия агентского соглашения?

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Группировка и классификация туристских формальностей.
2. Рекомендации ВТО по упрощению туристских формальностей .
3. Примеры упрощения туристских формальностей на глобальном, национальном и локальном уровнях.
4. Деятельность международных и туристских организаций по упрощению туристских формальностей.

5. Порядок оформления и выдачи документов для въезда в Российскую Федерацию.
6. Особенности современной российской паспортной системы.
7. Основные документы, по которым граждане Российской Федерации осуществляют выезд из РФ и въезд в РФ.
8. Особенности выдачи загранпаспортов несовершеннолетним гражданам.
9. Основные проблемы, затрудняющие интеграцию российской паспортной системы в мировую.
10. Виза как основной документ для посещения зарубежных стран, виды виз.
11. Особенности визового и безвизового въезда.
12. Порядок оформления визы, особенности оформления туристской визы.
13. Порядок транзитного проезда через государственные границы.
14. Шенгенское визовое пространство и Шенгенские визы.
15. Правовые акты Российской Федерации регулирующие таможенные формальности.
16. Таможенный контроль товаров, перемещаемых физическими лицами.
17. Таможенная пошлина, таможенный тариф, режим наибольшего благоприятствования.
18. Товары, временный ввоз (вывоз) которых допускается без уплаты таможенных платежей.
19. Общие правила перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу Российской Федерации.
20. Правила вывоза наличной иностранной валюты за пределы Российской Федерации.
21. Основные цели и задачи медицинских формальностей.
22. Государственное регулирование в области санитарно-эпидемиологической безопасности туристов.
23. Правила ввоза растений и животных в Российскую Федерацию и другие страны мира.
24. Правила вывоза личных животных за пределы Российской Федерации.
25. Правовые акты Российской Федерации регулирующие вывоз культурных ценностей .
26. Категории предметов относящиеся к культурным ценностям.
27. Правовые акты Российской Федерации регулирующие вывоз культурных ценностей.
28. Процедура получения разрешения на право вывоза культурных ценностей.
29. Культурные ценности, не подлежащие вывозу из страны.
30. Примеры упрощения туристских формальностей в отдельных странах Европы и Азии.
31. Ответственность туристских организаций за безопасность туристов.

7.1. Основная литература:

1. Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-370-5, 700 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=420366>
2. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0018-7, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=391984>
3. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 448 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0020-0, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=389982>
4. Туризм и гостиничное хозяйство : учебное пособие : для студентов высших учебных заведений / [Л.П. Шматько, Л.В. Жолобова, Г.И. Ляшко и др.] .? Изд. 4-е, испр. и доп. ? Ростов-на-Дону ; Москва : Феникс : MapT, 2010 .? 346 с.
5. География туризма : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 100200 (специальности 100201) "Туризм" / [Александрова А. Ю., Аигина Е. В., Баяра В. Н. и др.] ; под ред. А. Ю. Александровой .? Изд. 3-е, испр. ? Москва : КноРус, 2010 .? 592 с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 230500 "Социально-культурный сервис и туризм", 012500 "География", 061100 "Менеджмент организации", 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / В. Ю. Воскресенский .? 2-е изд., перераб. и доп. ? Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008 .? 462 с.
2. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений / [Л.П. Шматько, Л.В. Жолобова, Г.И.Ляшко и др.].Изд. 4-е, испр. и доп..Ростов-на-Дону; Москва: Феникс: МарТ, 2010.346 с.
3. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме : практикум : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Л. В. Баумгартен .? Москва : Кнорус, 2008 .-283 с..
4. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Социально-культурный сервис и туризм" / В. С. Новиков .? 3-е изд., испр. и доп. ? Москва : Академия, 2010 .? 207, [1] с.
5. Туризм и гостиничное хозяйство : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Менеджмент" / ; Ассоц. авт. и изд. "Тандем" ; под ред. А. Д. Чудновского .? Изд. 2-е, перераб. и доп. ? Москва : Юркнига, 2005 .? 447 с..
6. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учеб. для студентов вузов турист. профиля / Е.Н. Ильина ; Рос. междунар. акад. туризма .? Москва : Финансы и статистика, 2007 .? 250, [1] с.
7. Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин .? Москва : Финансы и статистика, 2004 .? 139,[2] с.
8. Сенин, В.С. Организация международного туризма : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Менеджмент" / В.С. Сенин .? Изд. 2-е, перераб. и доп. ? Москва : Финансы и статистика, 2005 .? 397, [1] с.
9. Организация туризма : учеб. пособие для студентов вузов по спец. "Экономика и упр. соц.-культур. сферой" / [А. П. Дурович, Г. А. Бондаренко, Т. М. Сергеева и др.] ; под ред. А. П. Дуровича .? 3-е изд., стер. ? Минск : Новое знание, 2006 .? 639 с.

7.3. Интернет-ресурсы:

- ГК РФ - www.kodeks.ru
Консультант-Плюс - www.consultant.ru
Мировой туризм - <http://www.world-tourism.org>
Сайт по туризму - www.i-stroy.ru
Таможня РФ - www.tamognia.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Организация туристской деятельности" 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.

Предусмотрено использование ПК, видеопроектора

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 100400.62 "Туризм" и профилю подготовки Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг .

Автор(ы):

Зиновьева А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А. _____

"__" _____ 201__ г.