

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): «Организация туристской деятельности»

Формы обучения: очная; заочная

Квалификация выпускника: бакалавр

Срок получения образования: очная форма обучения 4 года, заочная форма обучения 4 года 6 месяцев

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 3 з.е.

в академических часах: 108 ак.ч.

Рабочая программа по дисциплине «Туроперейтинг» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) «Организация туристской деятельности», составлена Хаялеевой А.Д. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 516, профессионального стандарта «Экскурсовод (ГИД)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 04.08.2014 N 539н.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации «26» августа 2021 г. № 1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
5.1. Содержание дисциплины	7
5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	9
6. Лабораторные занятия	11
7. Практические занятия.....	11
8. Тематика курсовых работ (проектов).....	14
9. Самостоятельная работа студента	14
10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины	218
11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	20
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в освоении обучающимися теоретических основ управленческого учета, возможности их практического применения для обобщения учетной информации с последующим ее использованием в качестве источника информации для принятия оперативных управленческих решений.

Задачи:

- изучение основополагающих принципов организации туроператорской деятельности;
- рассмотрение вопросов, связанных с основами управления по применению современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта;
- ознакомление обучающихся с требованиями к составу услуг в различных специализированных туристских программах, их ресурсному и материальному обеспечению;
- получение навыков разработки туристского продукта, расчета стоимости туров;
- выработка умений самостоятельного составления программ туристского обслуживания, работы с туристской документацией;
- изучение методологических основ организации и выполнения управленческих решений;
- изучение социально-психологических основ подготовки и реализации управленческих решений.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Туроперейтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) «Организация туристской деятельности».

Дисциплина обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП				Место в формировании компетенции
		1 курс (сем.)	2 курс (сем.)	3 курс (сем.)	4 курс (сем.)	
ПК-5	Туристское страноведение		3 сем.			Предыдущая
ПК-5	Реклама в туризме				7 сем	Последующая
ПК-5	Технология и организация гостиничной деятельности			6 сем.		Последующая
ПК-5	Организация размещения средств			6 сем.		Последующая

Код и наименование компетенции	Дисциплины, модули, практики, обеспечивающие формирование компетенции	Периоды формирования компетенции в процессе освоения ОПОП				Место в формировании компетенции
		1 курс (сем.)	2 курс (сем.)	3 курс (сем.)	4 курс (сем.)	
ПК-5	Производственная практика, организационно-управленческая практика				8 сем	Последующая
ПК-5	Производственная практика, сервисная практика				8 сем	Последующая
ПК-5	Производственная практика, преддипломная практика				8 сем	Последующая

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-5. Способен к разработке и продвижению туристского продукта с использованием современных технологий.	ПК-5.1 Способен разрабатывать и продвигать туристский продукт с использованием современных технологий	Знать: принципы разработки и продвижения туристского продукта, в т.ч. на основе современных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Уметь: разрабатывать и продвигать туристский продукт с использованием современных технологий Владеть: навыками разработки и продвижения туристского продукта, в т.ч. на основе современных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста
	ПК-5.2. Способен вести переговоры с партнерами, согласует условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знать: технику ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов Уметь: вести переговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов, Владеть: навыками ведения переговоров с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
	ПК-5.3. Способен организовать и проводить мероприятия по разработке и продвижению туристского продукта, в т. ч. с использованием рекламы	Знать: организацию и технологию проведения мероприятий по разработке и продвижению туристского продукта, в т.ч. с использованием рекламы Уметь: организовать и провести мероприятия по разработке и продвижению туристского продукта, в т.ч. с использованием рекламы Владеть: навыками организации и проведения мероприятий по разработке и продвижению туристского продукта, в т.ч. с использованием рекламы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной деятельности	<i>очная форма обучения</i>	
	ак. часов	
	Всего	По семестрам
5 семестр		
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	64,5	64,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	64	64
• занятия лекционного типа	32	32
• занятия семинарского типа:	32	32
практические занятия	32	32
лабораторные занятия		
в том числе занятия в интерактивных формах	8	8
в том числе занятия в форме практической подготовки	16	16
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
в том числе курсовая работа (проект)		
2. Самостоятельная работа студентов, всего	7,5	7,5
- курсовая работа (проект)		
- выполнение домашних заданий	5,5	5,5
- контрольное тестирование	2	2
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36
ИТОГО:	ак. часов	108
Общая трудоемкость	зач. ед.	3

Вид учебной деятельности	<i>заочная форма обучения</i>	
	ак. часов	
	Всего	По курсам
2 курс		
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	12,5	12,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	12	12
• занятия лекционного типа	6	6
• занятия семинарского типа:	6	6
практические занятия	6	6
лабораторные занятия		
в том числе занятия в интерактивных формах	2	2
в том числе занятия в форме практической подготовки	4	4
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
в том числе курсовая работа (проект)		
2. Самостоятельная работа студентов, всего	86,5	86,5
- курсовая работа (проект)		
- выполнение домашних заданий	76,5	76,5
- контрольное тестирование	10	10
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	9	9
ИТОГО:	ак. часов	108
Общая трудоемкость	зач. ед.	3

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность туроперейтинга

Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия "туроператор". Различия между туроператором и турагентом. Планирование и реализация туров.

Тема 2. Предмет и задачи курса

Виды организаций различных сфер деятельности работающих с туроператорами. Классификация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры. Основные функции туроператора. Задачи туроператора.

Тема 3. Экономическая сущность тура как разновидности товара

Составление перспективных программ обслуживания. Взаимодействие с поставщиками услуг туры на договорной основе. Расчет стоимости тура и определение его цены с учетом рыночной ситуации. Рекламно-информационная деятельность при создании и продвижении туров. Контроль за надежностью и качеством обслуживания. Основные (потребительские) свойства туристского продукта.

Тема 4. Турпакет, сущность и понятие турпакета

Типы туров. Особенности деятельности туристского предприятия при разработке различных типов туров. Туристский продукт как комплексные услуги для туриста. Основные характеристики турпакета. Компоненты турпакета. Массовые и индивидуальные турпакеты

Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров

Разработка туров и пакетов туров. Классификация туров. Комплексное обслуживание туриста. Структура Туристического пакет. Формирование привлекательного турпродукта. Концепция гостеприимства. Классы обслуживания: класс "люкс", первый класс, туристский класс, экономический класс. Барьеры, препятствующие эффективной реализации туристических услуг и пути их эффективного преодоления в современных условиях.

Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта

Материально-техническое обеспечение туристских офисов. Квалификация персонала туристских офисов. Качество сервиса туристских

предприятий. Факторы туристской мотивации. Презентация туристского товара.

Тема 7. Основные направления изучения рынка спроса и предложения

Процедура оценки и выбора наиболее перспективных туров. Подходы, применяемые к формированию комплекса услуг. Подбор партнеров и поставщиков услуг. Учет факторов внешней среды. Взаимоотношения с поставщиками услуг в туризме. Договорные отношения в туроперейтинге. Оформление документации при заключении договоров с поставщиками услуг в туроперейтинге. Требования к оформлению документации в Российской Федерации. Требования к оформлению документации в зарубежных странах в настоящее время.

Тема 8. Особенности планирования рекламных мероприятий

Виды рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта в зависимости от типа тура. Требования к оформлению документации.

Тема 9. Первая стадия организации тура

Подготовка туристского предприятия к осуществлению мероприятий по организации туров. Подготовка персонала к массовым продажам: квалификация персонала; возможность формирования туристических услуг по желанию клиента; использование внутрифирменной рекламы и информации

Тема 10. Вторая стадия организации туров

Продажи. Техника презентации тура по телефону. Особенности проведения переговоров с поставщиками услуг. Формирование основного комплекса услуг

Тема 11. Третья стадия организации туров

Выполнение программы тура. Договор с клиентом на заключение тура. Предоставление обслуживания клиента по туру. Заключительная стадия организации туров. Анализ работы туристского предприятия за сезон.

Тема 12. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и тур. агентами

Роль туроператора в международном туризме. Взаимоотношения с поставщиками услуг. Схема реализации тура. Реализация тура через турагентов. Сотрудничество туроператора с предприятиями размещения. Бронирование мест в гостиничных предприятиях

Тема 13. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями

Классификация транспортного обеспечения в туризме по целям туризма. Сухопутный: автомобильный и железнодорожный. Водный: морские и речные путешествия. Воздушный: авиационные путешествия

Тема 14. Организация сотрудничества со страховыми компаниями
Взаимодействие туроператора со страховыми компаниями. Полис страховой компании. Имидж страховых компаний

Тема 15. Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных информационных технологий, применяемых в туроперейтинге

Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных технологий применяемые в туроперейтинге. Переговоры с партнерами, согласование условия взаимодействия по реализации туристических продуктов. Организация мероприятий по разработке и продвижению туристического продукта, в т.ч. с использованием рекламы. Электронные каналы дистрибуции туристических услуг. Глобальные системы бронирования (GDS - Global Distribution System), системы AMADEUS, GALILEO INTERNATIONAL, SABRE, SART i WORLDSPAN. Система Start Amadeus, основные характеристики. Система Galileo, характерные отличия и возможности.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Тема 1. Понятие и сущность туроперейтинга	2	2/0		4	
2.	Тема 2. Предмет и задачи курса	2	2/2		6	
3.	Тема 3. Экономическая сущность тура как разновидности товара	2	2/2		6	
4.	Тема 4. Турпакет, сущность и понятие турпакета	2	2/2	2	8	2
5.	Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров	2	2/2		6	
6.	Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристического продукта	2	2/2		6	2
7.	Тема 7. Основные направления изучения рынка спроса и	2	2/2		6	2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
	предложения					
8.	Тема 8. Особенности планирования рекламных мероприятий	2	2/2		6	
9.	Тема 9. Первая стадия организации тура	2	2/2	2	8	
10.	Тема 10. Вторая стадия организации туров	2	2/0		4	
11.	Тема 11. Третья стадия организации туров	2	2/0		4	
12.	Тема 12. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами	2	2/0	1,5	5,5	2
13.	Тема 13. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями	2	2/0		4	
14.	Тема 14. Организация сотрудничества со страховыми компаниями	2	2/0		4	
15.	Тема 15. Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных информационных технологий, применяемых в туроперейтинге	4	4/0	2	10	
	Подготовка к экзамену				36	
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				0,5	
	Итого	32	32/16	7,5	108	8

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
1.	Тема 1. Понятие и сущность туроперейтинга	2	0/0	2	4	
2.	Тема 2. Предмет и задачи курса		2/0	8	10	
3.	Тема 3. Экономическая сущность тура как разновидности товара		0/0	8	8	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)				Аудиторных занятий в интерактивной форме
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа /из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	Всего	
4.	Тема 4. Турпакет, сущность и понятие турпакета	2	0/0	2	4	2
5.	Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров		2/2	8	12	
6.	Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта	2	2/2	4	10	
7.	Тема 7. Основные направления изучения рынка спроса и предложения		0/0	4	4	
8.	Тема 8. Особенности планирования рекламных мероприятий		0/0	6	6	
9.	Тема 9. Первая стадия организации тура		0/0	4	4	
10.	Тема 10. Вторая стадия организации туров		0/0	8	8	
11.	Тема 11. Третья стадия организации туров		0/0	8	8	
12.	Тема 12. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами		0/0	4,5	4,5	
13.	Тема 13. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями		0/0	8	8	
14.	Тема 14. Организация сотрудничества со страховыми компаниями		0/0	8	8	
15.	Тема 15. Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных информационных технологий, применяемых в туроперейтинге		0/0	4	4	
	Подготовка к экзамену				9	
	Контактная работа в период промежуточной аттестации				0,5	
	Итого	6	6/4	86,5	108	2

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Тема 1. Понятие и сущность туроперейтинга	Понятие и сущность туроперейтинга.	2	
2	Тема 2. Предмет и задачи курса	Предмет и цели .Связь туроперейтинга с другими учебными дисциплинами	2	2
3	Тема 3. Экономическая сущность тура как разновидности товара	Экономическая сущность тура как разновидности товара	2	2
4	Тема 4. Турпакет, сущность и понятие турпакета	Особенности планирования рекламных мероприятий.	2	2
5	Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров	Разработка туров и пакетов туров. Классификация туров Комплексное обслуживание туриста Структура Туристического пакета	2	2
6	Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта	Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта. Материально-техническое обеспечение туристских офисов Квалификация персонала туристских офисов Качество сервиса туристских предприятий Факторы туристской мотивации Презентация туристского товара.	2	2
7	Тема 7. Основные направления изучения рынка спроса и предложения	Основные направления изучения рынка спроса и предложения, процедура оценки и выбора наиболее перспективных туров. Подходы, применяемые к формированию комплекса услуг. Подбор партнеров и поставщиков услуг. Учет факторов внешней среды.	2	2
8	Тема 8. Особенности планирования рекламных мероприятий	Особенности планирования рекламных мероприятий. Виды рекламы. Мероприятий по стимулированию сбыта в зависимости от типа тура. Требования к оформлению документации.	2	2
9	Тема 9. Первая стадия организации тура	Первая стадия организации тура Подготовка туристского предприятия к осуществлению мероприятий по организации туров Подготовка персонала к массовым продажам: -квалификация персонала; -возможность формирования туристических слуг по желанию клиента; -использование внутрифирменной рекламы и информации	2	2
10	Тема 10. Вторая стадия	Вторая стадия организации туров.	2	

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
	организации туров	Продажи Техника презентации тура по телефону. Особенности проведения переговоров с поставщиками услуг. Формирование основного комплекса		
11	Тема 11. Третья стадия организации туров	Третья стадия организации туров. Выполнение программы тура Заключительная стадия организации туров. Анализ работы туристского предприятия за сезон	2	
12	Тема 12. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и тур. агентами	Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами. Роль туроператора в международном туризме Взаимоотношения с поставщиками услуг. Схема реализации тура. Реализация тура через турагентов Сотрудничество туроператора с предприятиями размещения Бронирование мест в гостиничных предприятиях	2	
13	Тема 13. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями	Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями Классификация транспортного обеспечения в туризме по целям туризма Сухопутный: автомобильный и железнодорожный Водный: морские и речные путешествия Воздушный: авиационные путешествия	2	
14	Тема 14. Организация сотрудничества со страховыми компаниями	Организация сотрудничества со страховыми компаниями Взаимодействие туроператора со страховыми компаниями Полис страховой компании. Имидж страховых компаний	2	
15	Тема 15. Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных информационных технологий, применяемых в туроперейтинге	Информационные технологии в сфере предоставления туристических услуг Электронные каналы дистрибуции туристических услуг, Глобальные системы бронирования (GDS - Global Distribution System), системы AMADEUS, GALILEO INTERNATIONAL, SABRE, Системы электронного бронирования. Система Start Amadeus, основные характеристики. Система Galileo, характерные отличия и возможности	4	
	Итого		32	16

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	В т.ч. в форме практической подготовки
1	Тема 2. Предмет и задачи курса	Предмет и цели. Связь туроперейтинга с другими учебными дисциплинами	2	
2	Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров	Разработка туров и пакетов туров. Классификация туров Комплексное обслуживание туриста Структура Туристического пакета	2	2
3	Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта	Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта. Материально-техническое обеспечение туристских офисов Квалификация персонала туристских офисов Качество сервиса туристских предприятий Факторы туристской мотивации Презентация туристского товара.	2	2
	Итого		6	4

8. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Туроперейтинг» направлена на:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокорсы и др.);
- работу с компьютерными обучающими программами;
- выполнение домашних заданий по практическим занятиям;
- самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;
- подготовку к экзамену.

Тема 1. Понятие и сущность туроперейтинга

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Туроператор как субъект туристического рынка» с определением основных аспектов туроператора как субъекта туристического рынка.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные

понятия: туроператор, турагентом.

Изучая тему, важно знать, как планировать и реализовать тур.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль.

Тема 2. Предмет и задачи курса

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Виды организаций различных сфер деятельности работающих с туроператорами» с определением основных аспектов различных сфер деятельности работающих с туроператорами.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: инициативный туроператор; рецептивный туроператор.

Изучая тему, важно знать инициативные и рецептивные туроператоры и основные функции, задачи туроператора, приобрести умения классификации туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль по теме.

Тема 3. Экономическая сущность тура как разновидности товара

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Расчет стоимости тура и определение его цены с учетом рыночной ситуации» с определением основных аспектов расчетов стоимости тура.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: рекламно-информационная деятельность, туристический продукт.

Изучая тему, важно приобрести умения составления перспективных программ обслуживания.

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 4. Турпакет, сущность и понятие турпакета

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Особенности деятельности туристского предприятия при разработке различных типов туров» с определением основных аспектов деятельности туристского предприятия при разработке различных типов туров.

В процессе усвоения темы необходимо приобрести умения различать типы туров; изучить массовые и индивидуальные турпакеты.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль.

Тема 5. Сущность, содержание планирования и организации туров

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Барьеры, препятствующие эффективной реализации туристических услуг и пути их эффективного преодоления в современных условиях» с определением основных аспектов препятствующие эффективной реализации туристических услуг.

Изучая тему, важно приобрести умения разрабатывать туры и пакеты

туров, формирование привлекательного турпродукта.

Оценочные средства: вопросы для опроса, деловая игра.

Тема 6. Процесс обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов при получении туристского продукта

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Качество сервиса туристских предприятий» с определением основных аспектов качества сервиса туристских предприятий.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить материально-техническое обеспечение туристских офисов, квалификацию персонала туристских офисов, факторы туристской мотивации.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль.

Тема 7. Основные направления изучения рынка спроса и предложения

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Процедура оценки и выбора наиболее перспективных туров» с определением основных аспектов процедуры оценки и перспективных туров.

Изучая тему, важно приобрести умения находить подходы, применяемые к формированию комплекса услуг, подбор партнеров и поставщиков услуг, взаимоотношения с поставщиками услуг в туризме.

Оценочные средства: вопросы для опроса, тестированный контроль.

Тема 8. Особенности планирования рекламных мероприятий

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Мероприятия по стимулированию сбыта в зависимости от типа тура» с определением основных аспектов мероприятий по стимулированию сбыта туров.

Изучая тему, важно приобрести умения определять мероприятия по стимулированию сбыта в зависимости от типа тура, виды рекламы, требования к оформлению документации

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 9. Первая стадия организации тура

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Подготовка туристского предприятия к осуществлению мероприятий по организации туров» с определением основных аспектов подготовки туристских предприятий.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: внутрифирменная информация, внутрифирменная реклама, туристические предприятия.

Изучая тему, важно приобрести умения к осуществлению мероприятий по организации туров, подготовки персонала к массовым продажам.

Оценочные средства: вопросы для опроса, ситуационная задача.

Тема 10. Вторая стадия организации туров

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Особенности проведения переговоров с поставщиками услуг» с определением основных аспектов проведения переговоров с поставщиками услуг.

Изучая тему, важно приобрести умения формирования основного комплекса услуг, продажи, техники презентации тура по телефону.

Оценочные средства: вопросы для опроса, ситуационная задача.

Тема 11. Третья стадия организации туров

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Заключительная стадия организации туров» с определением основных аспектов подготовки организации туров.

Изучая тему, важно приобрести умения к осуществлению анализа работы туристского предприятия за сезон, предоставление обслуживания клиента по туру, выполнение программы тура.

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 12. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и тур. агентами

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Роль туроператора в международном туризме» с определением основных аспектов роли туроператоров в международном туризме.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: международный туризм, бронирование.

Изучая тему, важно приобрести умения реализации тура через турагентов, сотрудничество туроператора с предприятиями размещения, бронирование мест в гостиничных предприятиях

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 13. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Классификация транспортного обеспечения в туризме по целям туризма» с определением основных аспектов транспортного обеспечения в туризме.

Изучая тему, важно приобрести умения осуществления классификации транспортного обеспечения в туризме по целям туризма.

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 14. Организация сотрудничества со страховыми компаниями

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Взаимодействие туроператора со страховыми

компаниями» с определением основных аспектов взаимодействия туроператора со страховыми компаниями.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: полис страховой компании, имидж страховой компании.

Изучая тему, важно приобрести умения взаимодействия туроператора со страховыми компаниями.

Оценочные средства: вопросы для опроса, задачи.

Тема 15. Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных информационных технологий, применяемых в туроперейтинге

Изучение рекомендуемой литературы и источников, подготовка опорного конспекта на тему: «Разработка и продвижение туристического продукта с использованием современных технологий применяемые в туроперейтинге» с определением основных аспектов продвижение туристического продукта с использованием современных технологий.

В процессе усвоения темы необходимо уяснить следующие основные понятия: глобальные системы бронирования, электронные каналы дистрибуции туристических услуг.

Изучая тему, важно приобрести умения вести переговоры с партнерами, согласование условия взаимодействия по реализации туристических продуктов, разрабатывать и продвигать туристического продукта с использованием современных технологий.

Оценочные средства: вопросы для опроса, деловая игра.

10. Перечень нормативных правовых актов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения дисциплины

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2017.]

2. Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 12 - ст.1093. Консультант Плюс. [Электрон.ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2017].

3. ГОСТ Р 51185-2008, Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

4. ГОСТ Р 50690-2000, Туристские услуги. Общие требования.

5. ГОСТ 28681.3-95, Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

6. ГОСТ 28681.1-95, Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг.

7. ГОСТ 30602-97, Общественное питание. Термины и определения.

8. ГОСТ Р 40.003-2005, Система сертификации ГОСТ Р. Регистр систем качества. Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ИСО 9001:2000).

9. ГОСТ Р 40.003-2008, Система сертификации ГОСТ Р. Регистр систем качества. Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2008 (ИСО 9001:2008).

10. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 971 ГК, договор поручения;

11. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 973, исполнение поручения в соответствии с указаниями доверителя;

12. Действующее международное право. Т. 1. – М.: Московский независимый институт международного права, 1996. С. 811 - 816. (Извлечения) «Манильская декларация о мирном разрешении Международных споров» (Принята 15.11.1982 Резолюцией 37/10 на 68-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН);

б) основная литература:

1. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризм: учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва: НИЦ Инфра-М, 2013. - 318 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004712-6. - Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/362895>

2. Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.А. Матюхина. 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2013. – 312 с. - ISBN 978-5-9765-1122-4. - Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/462825>

3. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. проф., засл. раб-ка высшей школы Российской Федерации Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 176 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-103552-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/854398>

4. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. М.: ИНФРА-М, 2018. 375 с. – Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/961834>

в) дополнительная литература:

1. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / Сухов Р.И. - Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. - 267 с.: ISBN 978-5-9275-2003-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991783>

2. Трухачев, А. В. Туризм. Введение в туризм: учебник / А. В. Трухачев, И. В. Таранова. - Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. - 396 с. - ISBN 978-5-9596-0862-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514838>

3. Туроперейтинг: Учебник / Кусков А.С., Голубева В.Л. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. – Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/420366>

4. Шимова, О. С. Основы устойчивого туризма: Учебное пособие / Шимова О.С. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 190 с. (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-005291-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/558464>

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

1) Виды экскурсионных туров - otherreferats.allbest.ru

2) Роль туроперейтинга в туризме - mirturizzmsite.info/turopereytinga-v-turizme.html

3) Экскурсионные программы для туристских маршрутов - en.coolreferat.com

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.