

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.07.2023 10:00:53
Уникальный программный ключ: «Майкопский государственный технологический университет»
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет _____ **Экономики и сервиса**

Кафедра _____ **Маркетинга, сервиса и туризма**



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Экономики и сервиса

С.К. Глугова

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине _____ **Б1.В.ДВ.09.01 Прикладной туроперейтинг**

по направлению
подготовки бакалавров _____ **43.03.02 Туризм**

по профилю подготовки _____ **Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг**

квалификация (степень)
выпускника _____ **бакалавр**

форма обучения _____ **очная, заочная**

год начала подготовки _____ **2019**

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана ФГБОУ ВО «МГТУ» по направлению (специальности) 43.03.02 Туризм

Составитель рабочей программы

Март Мамонтова И.С.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой
«15» 05 2018 г.

Кумпилова
(подпись) Кумпилова А.Р.
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией факультета экономики и сервиса

«15» 05 2018 г.

Председатель учебно-методического совета направления

Кумпилова
(подпись) Кумпилова А.Р.
(Ф.И.О.)

Декан факультета экономики и сервиса

«15» 05 2018 г.

Ешугова
(подпись) Ешугова С.К.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
«15» 05 2018 г.

Чуров
(подпись) Чуров Н.Н.
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой по направлению (специальности)

Кумпилова
(подпись) Кумпилова И.С.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель дисциплины: формирование у слушателей комплекса основных понятий, составляющих основу туроператорской деятельности и базовых практических навыков, необходимых для практики турбизнеса.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- сформировать представлений

- о цикле работ по созданию, продвижению и реализации туров;
- особенностях программ обслуживания разных видов туризма;
- специфики отношений с поставщиками услуг,
- туристской документации, а также;
- организации обслуживания туристов;
- правовом регулировании туроперейтинга.

Ведущей задачей курса является приобретение слушателями конкретных базовых практических навыков по овладению основными приемами создания турпродукта.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки

Дисциплина «Прикладной туроперейтинг» относится к дисциплинам формируемым образовательной организацией профиля подготовки бакалавров «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг». Преподавание дисциплины, согласно Учебному плану подготовки бакалавра по направлению «Туризм» осуществляется в 8 семестре 4 курса. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Курс «Прикладной туроперейтинга» является специализированной дисциплиной и является важной составной частью комплекса профильных туристических дисциплин. Предметом изучения дисциплины «Прикладной туроперейтинг» является процесс управления деятельностью туроператоров в турбизнесе, отношения туроператоров с производителями туруслуг: средствами размещения, транспортными компаниями и др.; посредниками – турагентами и потребителями турпродукта – туристами.

Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла вариативной части «Экономика», «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность» и «Региональная экономика», «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технологии продаж», с

Настоящий курс позволяет студентам овладеть знаниями и практическими навыками, которые развивают в процессе изучения других дисциплин программы и реализуют в активных компетентностноориентированных формах учебной деятельности. Занятия предусматривают аудиторные лекции и практические занятия, посещение рекламных агентств, специализированных выставок, выполнение практических заданий в рамках самостоятельной работы студента.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

ПКУВ-2. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПКУВ-2.1. Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя;

ПКУВ-2.2. Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг;

ПКУВ-2.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.

ПКУВ-6 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта

ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний; использовать информационные системы в туристской деятельности; применять экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в профессиональной деятельности; идентифицировать систему бронирования; внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта.

Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач (ПКУВ-2) основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда (ПКУВ-6) понятие и виды деятельности туроператора, процесс заключения договоров с поставщиками услуг, туристскую документацию и визовую поддержку.

Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности; выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, предполагающих получение нового знания, требующих разработки инновационных подходов и методов решения (ПКУВ-2) расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу; находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития (ПКУВ-6)

Владеть: технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния, и прогноза развития экономических процессов и явлений (ПКУВ-2) выявления стимулов для саморазвития; навыками определения реалистических целей профессионального роста (ПКУВ-6) проектирования

и организации туров, организации обслуживания туристов: программный туризм, анимация туристского обслуживания, качество обслуживания и способы его регулирования.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		6	
Контактные часы (всего)	54,25/1,50	54,25/1,50	
В том числе:			
Лекции (Л)	18/0,5	18/0,5	
Практические занятия (ПЗ)	36/1,0	36/1,0	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)			
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25	0,25	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	53,75/1,5	53,75/1,5	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	-	-	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	20/0,55	20/0,55	
2. Подготовка ответов на вопросы	20/0,55	20/0,55	
3. Решение тестовых заданий и задач	13,75/0,38	13,75/0,38	
Курсовой проект (работа)	-	-	
Контроль (всего)			
Форма промежуточной аттестации: экзамен			
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108/3	108/3	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		6	
Контактные часы (всего)	12,25/0,34	12,25/0,34	
В том числе:			
Лекции (Л)	6/0,17	6/0,17	
Практические занятия (ПЗ)	6/0,17	6/0,17	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,007	0,25/0,007	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	92/2,5	92/2,5	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	-	-	

<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>				
1. Составление плана-конспекта		12/0,33	12/0,33	
2. Подготовка ответов на вопросы		40/1,11	40/1,11	
3. Решение тестовых заданий и задач		40/1,11	40/1,11	
Курсовой проект (работа)		-	-	
Контроль (всего)		3,75	3,75	
Форма промежуточной аттестации: экзамен				
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)		108/3	108/3	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ПЗ	ЛР	СРС	
8 семестр							
1.	Среда международного туроперейтинга. Туроператор как субъект туристского рынка		2	2			Обсуждение докладов Блиц-опрос
2.	Основные характеристики и структура турпродукта		1	2		6	Обсуждение докладов
3.	Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.		2	4		6	Блиц-опрос
4.	Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.		2	4		5,75	Обсуждение докладов Блиц-опрос
5.	Технология разработки турпродукта.		2	4		6	Обсуждение докладов
6.	Организация сотрудничества с поставщиками услуг. Ценообразование в туроперейтинге		2	4		6	Тестирование Блиц-опрос
7.	Современные информационные технологии, применяемые в туроперейтинге.		2	4		6	Обсуждение докладов
8.	Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.		2	4		6	Блиц-опрос
9.	Системы распространения турпродукта. Зарубежные представители туроператоров.		2	4		6	Тестирование Обсуждение докладов

10.	Правовое регулирование отношений в сфере туризма		1	4		6	Тестирование
11.	Промежуточная аттестация.						<i>Зачет</i> в устной форме
	ИТОГО:		18	36	-	53,75	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)			
			Л	С/ПЗ	ЛР	СРС
9 семестр						
1.	Среда международного туроперейтинга. Туроператор как субъект туристского рынка		0,5	1		2
2.	Основные характеристики и структура турпродукта		0,5			10
3.	Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.		0,5	1		10
4.	Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.		1	1		10
5.	Технология разработки турпродукта.		0,5	1		10
6.	Организация сотрудничества с поставщиками услуг.Ценообразование в туроперейтинге		0,5			10
7.	Современные информационные технологии, применяемые в туроперейтинге.		0,5	1		10
8.	Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.		1	1		10
9.	Системы распространения турпродукта. Зарубежные представители туроператоров.		0,5			10
10.	Правовое регулирование отношений в сфере туризма		0,5			10
11.	Промежуточная аттестация. Зачет.					
	ИТОГО:		6	6	-	92

5.3. Содержание разделов дисциплины «Прикладной туроперейтинг», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
Тема 1.	Среда международного туроперейтинга. Туроператор как субъект туристского рынка	2/0,05	0,5/0,01	Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Внешние факторы туроперейтинга Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Характерные черты объектов туристского интереса. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга. Структура туроператора. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные	ПКУВ-2 ПКУВ-6	Знать: Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Внешние факторы туроперейтинга Структура туроператора. основные типы туроператоров. Уметь: выявлять пути оптимизации деятельности того или иного предприятия туристской индустрии, на основе проведенного исследования. анализировать процессы и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности осмысления исторического процесса и актуальной общественно-политической практики. Владеть: методами философских, исторических и естественных исследований, приемами и методами анализа проблем общества, навыками в проведении различного рода исследований индустрии туризма, имеющих как прикладной, так и теоретический характер.	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций. Работа с компьютерными тестовыми программами в обучающем режиме.

				туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов.			
Тема 2.	Основные характеристики и структура турпродукта	1/0,05	0,5/0,01	Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.</p> <p>Уметь: воспринимать, обобщать и анализировать информацию.</p> <p>Владеть: способностью к постановке целей и выбору путей их достижения.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций, Выполнение индивидуального задания.
Тема 3.	Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.	2/0,05	0,5/0,01	Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.</p> <p>Уметь: воспринимать, обобщать и анализировать информацию.</p> <p>Владеть: способностью к постановке целей и выбору путей их достижения.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций. Выполнение практического задания, работа в команде.

Тема 4.	Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.	2/0,05	1/0,05	<p>Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема.. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.. Туристский маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач. Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок.</p>	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок, стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура.</p> <p>Уметь: получать основную информацию по вопросам разработки комплекса маркетинга (маркетинг-микс): политике ценообразования предприятий социально-культурного сервиса и туризма, особенностям продвижения туристских услуг, маркетинговым коммуникациям; использовать знания об основных этапах разработки турпродукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в туристской индустрии.</p> <p>Владеть навыками: анализа, оценки, и умение организовать деятельность по проектированию туристского продукта; - воспроизводства процедуры реализации туристского продукта посредством разных каналов сбыта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта. Навыками по проведению маркетинговых исследований рынка туристских услуг, организации и</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций. Командное проектирование.
------------	---	--------	--------	---	------------------	--	---

						деятельности службы маркетинга туристского предприятия;	
Тема 5.	Технология разработки турпродукта.	2/0,05	0,5/0,01	Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура.</p> <p>Уметь: использовать знания об основных этапах разработки турпродукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в туристской индустрии; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособного туристского продукта.</p> <p>Владеть навыками: анализа, оценки, и умение организовать деятельность по проектированию туристского продукта; - воспроизводства процедуры реализации туристского продукта посредством разных каналов сбыта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций, документальных учебных фильмов и других информационно-наглядных форм. Выполнение практического задания, работа в команде.

Тема 6.	Организация сотрудничества с поставщиками услуг. Ценообразование в туроперейтинге	2/0,05	0,5/0,01	<p>Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами. Организация совместной работы с гостиницами, бронирование мест в гостиницах. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями. Организация сотрудничества со страховыми компаниями. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.</p>	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления. Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями. Организация сотрудничества со страховыми компаниями.</p> <p>Уметь: получать основную информацию по вопросам разработки комплекса маркетинга (маркетинг-микс): политике ценообразования предприятий социально-культурного сервиса и туризма, планировать и организовывать работы по управлению предприятием.</p> <p>Владеть: навыками по организации туристского продукта и налаживанию взаимовыгодного сотрудничества турфирм с поставщиками туристских услуг; навыками по организации международного маркетинга. Навыками по проведению маркетинговых исследований рынка туристских услуг, организации и деятельности службы маркетинга туристского предприятия.</p>	<p>Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций, документальных учебных фильмов и других информационно-наглядных форм. Выполнение практического задания, работа в команде.</p>
------------	--	--------	----------	---	------------------	---	--

Тема 7.	Современные информационные технологии, применяемые в туроперейтинге.	2/0,05	0,5/0,01	Классификация современных информационных технологий. Функции глобальных систем бронирования и резервирования. Основные направления влияния информационных технологий в области СКС и туризма. Новые информационные технологии на создание туристского продукта. Влияние информационных технологий в области продвижения и продаж турпродуктов.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: функции глобальных систем бронирования и резервирования; основные направления влияния информационных технологий в области СКС и туризма; новые информационные технологии на создание туристского продукта.</p> <p>Уметь: использовать информационные системы в туристской деятельности; применять экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в профессиональной деятельности; идентифицировать систему бронирования; внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта.</p> <p>Владеть: навыками реализации основных функций систем бронирования; методиками планирования и организации рекламной кампании.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате, с использованием мультимедийного контента в виде презентаций. Работа с компьютерными тестовыми программами в обучающем режиме.
Тема 8.	Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.	2/0,05	1/0,04	Определение программного туризма. Понятие качества. Оптимальность программного туризма. Психологическая подготовка к восприятию программ.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: определение программного туризма, понятие качества, оптимальность программного туризма, психологическая подготовка к восприятию программ.</p> <p>Уметь: использовать знания об основных этапах разработки турпродукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в туристской индустрии;</p> <p>Владеть навыками: анализа, оценки, и умение организовать деятельность по</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате.

						проектированию туристского продукта; - воспроизводства процедуры реализации туристского продукта посредством разных каналов сбыта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта.	
Тема 9	Системы распространения турпродукта. Зарубежные представители туроператоров.	2/0,05	0,5/0,01	<p>Основные функции зарубежных представителей туроператора. Порядок рассмотрения жалоб гостей, находящихся на обслуживании. Супервайзеры. Задачи супервайзера. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.</p>	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: каналы продвижения и реализации турпродукта, формы организации сбыта туристского продукта, роль турагентств в турбизнесе, характер контрактных отношений между туроператором и турагентством. основные функции зарубежных представителей туроператора, супервайзеры, задачи супервайзера.</p> <p>Уметь: внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта. планировать и организовывать работы по управлению предприятием; получать основную информацию о качестве и работе менеджера.</p> <p>Владеть: навыками по организации туристского продукта и налаживанию взаимовыгодного сотрудничества турфирм с поставщиками туристских услуг; навыками по организации и стимулированию труда, управлению конфликтами на предприятиях туристической индустрии; методами принятия решений в сфере сервиса и туризма.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате.

						навыками реализации основных функций систем бронирования.	
Тема 10.	Правовое регулирование отношений в сфере туризма	1/0,03	0,5/0,01	Правовые основы туристической деятельности в РФ. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Применение туристических кредитов в туроперейтинге. Бартерные схемы расчетов в туроперейтинге. Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Уголовная ответственность работников туроператора.	ПКУВ-2 ПКУВ-6	<p>Знать: правовые основы туристической деятельности в РФ. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Применение туристских кредитов в туроперейтинге. Бартерные схемы расчетов в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Уголовная ответственность работников туроператора.</p> <p>Уметь: планировать, организовывать, координировать процессы, связанные с лицензированием, стандартизацией специальных систем документации и оказанием услуг (работ) в туристско-гостиничной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками нового подхода к организации документационного обеспечения (оформления) туристских услуг.</p>	Лекционные занятия в активном диалоговом формате.
	Итого	18/0,5	6/0,17				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
1.	Среда международного туроперейтинга. Туроператор как субъект туристского рынка	Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Внешние факторы туроперейтинга Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Характерные черты объектов туристского интереса. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга. Структура туроператора. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов.	2/0,05	1/0.03
2.	Основные характеристики и структура турпродукта	Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.	2/0,05	
3.	Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.	Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.	4/0.11	1/0.03
4.	Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.	Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта. Туристский маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач. Три главные функции маркетинга: контакты с	4/0.11	1/0.03

		клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок.		
5.	Технология разработки турпродукта.	Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки.	4/0.11	1/0.03
6.	Организация сотрудничества с поставщиками услуг. Ценообразование в туроперейтинге	Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами. Организация совместной работы с гостиницами, бронирование мест в гостиницах. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями. Организация сотрудничества со страховыми компаниями. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.	4/0.11	
7.	Современные информационные технологии, применяемые в туроперейтинге.	Классификация современных информационных технологий. Функции глобальных систем бронирования и резервирования. Основные направления влияния информационных технологий в области СКС и туризма. Новые информационные технологии на создание туристского продукта. Влияние информационных технологий в области продвижения и продаж турпродуктов.	4/0.11	1/0.03
8.	Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.	Определение программного туризма. Понятие качества. Оптимальность программного туризма. Психологическая подготовка к восприятию программ.	4/0.11	1/0.03
9.	Системы распространения турпродукта. Зарубежные представители туроператоров.	Основные функции зарубежных представителей туроператора. Порядок рассмотрения жалоб гостей, находящихся на обслуживании. Супервайзеры. Задачи супервайзера. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.	4/0.11	
10.	Правовое регулирование отношений в сфере туризма	Правовые основы туристической деятельности в РФ. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Применение туристических кредитов в туроперейтинге. Бартерные схемы расчетов в туроперейтинге. Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Уголовная ответственность работников туроператора.	4/0.11	
	Итого		36/1,0	6/0,17

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
1.	Индустрия туризма. Туристская деятельность. Организаторы путешествий.	Подбор и анализ статистических данных о развитии туристского рынка России за последние 5 лет			2/0,05
2.	Каталог туроператора – основной носитель информации для продвижения турпродукта.	Сообщение-презентация с подбором примеров каталогов туроператора		6/0,17	10/0,28
3.	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса	Проведение мониторинга прогнозирования местного туристского рынка		6/0,17	10/0,28
4.	Условия, препятствующие совершению путешествия. Порядок предоставления информации о маршруте.	Сообщение-презентация с подбором примеров		5,75/0,16	10/0,28
5.	Классы обслуживания	Анализ предложенных туров с точки зрения классов обслуживания.		6/0,17	10/0,28
6.	Программа обслуживания	Разработать программу обслуживания группы туристов: въездной туризм; выездной маршрут. соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия.		6/0,17	10/0,28
7.	Туристская документация	Составление технологической карты к ранее разработанному туру и информационный листок к туристской путевке.		6/0,17	10/0,28
8.	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение	Сообщение-презентация с подбором		6/0,17	10/0,28
9.	Не рекламные методы продвижения	Разработать систему не рекламных методов продвижения конкретного		6/0,17	10/0,28

	турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта	туристского продукта, с тем, чтобы они были направлены на: - непрерывную 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 сопутствующих ему акциях; достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и потенциальных клиентов.			
10.	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).	Разработка проекта индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги.		6/0,17	10/0,28
11.	Итоговая аттестация, зачет				
	Итого			53,75/ 1,49	92/2,55

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Кусков А. С. Туроперейтинг [Электронный ресурс]: учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум, 2014. - 400 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=420366>
2. Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм [Электронный ресурс]: учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 396 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514838>
3. Гущина, Н.А. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.А. Гущина, Н.А. Зайцева. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2015. - 240 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489737>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

- в форме электронного документа.
- Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

7.1.1. Для очной формы обучения

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин и практик, формирующих компетенции в процессе освоения ОП (жирным шрифтом выделить текущую практику)
ПКУВ-2. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	
2	Ознакомительная практика
4	Исследовательская практика
5	Брендинг территорий
5	Экономика туризма
5	Региональная экономика
6	Страхование и риски в туризме
6	Бухгалтерский учет в туристской индустрии
6	Прикладной туроперейтинг
8	Стратегический маркетинг в туризме
6	Проектно-технологическая практика
8	Преддипломная практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-6. способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	
2	География международного туризма
2	Ознакомительная практика
3	География Адыгеи
4	Исследовательская практика
6	Технологии продаж
6	Маркетинговые исследования в туризме
6	Прикладной маркетинг
6	Проектно-технологическая практика
7	Экспозиционная и выставочная работа
7	Реклама в туризме
8	Прикладной туроперейтинг
8	Стратегический маркетинг в туризме
8	Преддипломная практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
ПКУВ-2. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения					
Знать: методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования производственно	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: прогнозировать и рассчитывать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на краткосрочную и долгосрочную перспективу; оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей; разработать бизнес	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками практического применения теорий риск; технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

построения, анализа и применения моделей для оценки состояния, и прогноза развития экономических процессов и явлений						
<p>ПКУВ-6 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий</p> <p>ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта</p> <p>ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний</p>						
Знать: современное состояние уровня и направлений развития средств коммуникаций; прикладное программное обеспечение.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен	
Уметь: использовать информационные системы в туристской деятельности; применять экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в профессиональной деятельности; идентифицировать систему бронирования; внедрять информационные и коммуникационные технологии в процесс продвижения туристского продукта.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения		
Владеть: навыками реализации основных функций систем бронирования; методиками планирования и организации	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков		

рекламной кампании (медиапланирование); навыками работы в локальных и глобальных компьютерных сетях, использования в профессиональной деятельности сетевых средств поиска и обмена информацией.	
---	--

--	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Понятие и виды деятельности туроператора
2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров
3. Создание привлекательности туристского продукта
4. Структура, уровни и формы туристского продукта
5. Организационно-правовые основы деятельности туроператора
6. Виды классов обслуживания туристов
7. Пакет услуг (туристский пакет)
8. Проектирование тура
9. Форма программы обслуживания туристского продукта
10. Составление программы туристского обслуживания
11. Комплексное обслуживание туристского продукта
12. Виды предприятий поставщиков услуг в турбизнесе
13. Планирование туристского продукта
14. Договорной план в туристском бизнесе
15. Маркетинговые исследования туристского продукта
16. Методическое обеспечение туроператора (туристская документация)
17. Визовая поддержка в туристском бизнесе
18. Формирование сбытовой сети в туристской отрасли
19. Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта
20. Тактические решения по рекламе туристского продукта
21. Нерекламные методы продвижения туристского продукта
22. Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта
23. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта
24. Формы участия туроператоров в выставках
25. Агентские сети и способы стимулирования их активности
26. Стратегия и менеджмент туристского обслуживания
27. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов
28. Анимация обслуживания туристов
29. Зарубежные представители туроператоров
30. Качество обслуживания туристов и способы его регулирования

Тестовые задания

1. Первые турагентства организованы в:
 - а) г. Бристоль в Великобритании;
 - б) г. Дублин в Ирландии;
 - в) Англии;
 - г) Швейцарии;
 - д) Северной Америке.
2. Первые предприятия туристского размещения в:
 - а) Древнем Риме;
 - б) Англии;
 - в) Европе;
 - г) России;
3. Определите понятие – путешествие это:
 - а) перемещение людей во времени и пространстве;

- б) перемещение в пространстве отдельных индивидов;
- в) отдых и активное развлечение;
- г) перемещение человека в иную местность или страну.

4. Определите понятие - туризм это:

- а) временное перемещение людей с места своего постоянного проживания;
- б) перемещение в пространстве отдельных индивидов;
- в) отдых и активное развлечение;
- г) перемещение человека в иную местность или страну.

5. Разновидностями туризма являются:

- а) внутренний туризм, самодеятельный туризм;
- б) плановый туризм, самодеятельный туризм;
- в) самодеятельный туризм, православный;
- г) социальный туризм, учебный;
- д) национальный туризм, международный.

6. Субъектами туризма следует считать:

- а) международного туриста;
- б) внутреннего туриста;
- в) экскурсанта;
- г) посетителя рекреации.

7. Основными понятиями определяющими туризм по Российскому законодательству являются:

- а) туристская деятельность;
- б) туризм внутренний, внешний, международный;
- в) туристские ресурсы;
- г) рекреация (дестинация);
- д) туристская индустрия;
- е) туристский маршрут и туристский продукт.

8. Что дословно в переводе с английского языка означает понятие «менеджмент» туризма:

- а) управлять туризмом;
- б) руководить туристской деятельностью;
- в) объезжать лошадей в туристском маршруте;
- г) регулировать туристским процессом.

1. Определите сущность понятий туроператора и турагента:

- а) т _____ покупает некоторый туристский продукт;
- б) т _____ приобретает отдельные услуги, из которых формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования;
- в) т _____ действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных денежных средств за продажу чужого туристского продукта;
- г) т _____ реализует туристский продукт (и отдельные услуги, например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг.

2. Туроператоры классифицируются по:

- а) виду деятельности;
- б) месту деятельности;
- в) подразделениям туристской организации;
- г) структуре туристской организации.

3. Инициативные туроператоры - это:

- а) операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по

договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями;

б) туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг;

в) туроператор, который формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения.

4. Рецепттивные туроператоры являются:

а) операторами, отправляющими туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями;

б) туроператорами на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг;

в) туроператорами, которые формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения.

5. В основные функции туроператора входит:

а) изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы;

б) составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов;

в) взаимодействие с поставщиками услуг на туры на договорной основе;

г) расчет стоимости тура, трансфера и определение цены с учетом рыночной ситуации.

д) обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем.

6. К основным потребительским свойствам туристского продукта относится:

а) обоснованность, т. е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;

б) надежность - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;

в) эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;

г) целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность;

д) ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;

е) простота в эксплуатации;

ж) гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала;

з) полезность - способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдых и познание), удовлетворять те или иные потребности туриста;

и) восприимчивость – способность воспринимать туристский продукт.

7. Какие принципы должны быть заложены в технологию обслуживания

потребителя туристского продукта:

- а) создание положительного образа туристской местности, предприятий, обслуживающих потенциальных потребителей;
- б) стремление обслуживающего персонала к оказанию туристам знаков внимания;
- в) внимательное отношение тех, кто предоставляет туристский продукт, к просьбам и пожеланиям клиента;
- г) забота об облегчении ориентации туристов в получении услуг (информация внутри фирмы, об объектах в путеводителях и буклетах на понятном туристу языке и др.);
- д) благожелательное отношение к туристам.

8. Какие анимационные знаки привлечения внимания потребителя оказываются в международном туризме:

- а) приветственный сувенир каждому туристу;
- б) выдача туристам после завершения туров специально разработанных дипломов, грамот, значков о пройденном маршруте и т. п.;
- в) рекламные листовки, буклеты, путеводители и справочники о месте отдыха должны быть доступны туристам;
- г) размещение в гостиницы с использованием трансферта;
- д) оплата трансферта при различных поездках.

9. Пакет услуг (туристский пакет) – это:

- а) произведенный туроператором туристский продукт, состоящий из определенного набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий и т. д.;
- б) комплексное обслуживание, т. е. стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете»;
- г) произведенная туроператором различная туристская услуга;
- д) комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или по групповому варианту, который предлагается на широкую продажу для потребителей и в который кроме транспорта входят размещение, услуги гида, питание и другое обслуживание.

10. Недостатками инклюзив-тура необходимо отметить:

- а) наличие в туре услуг, не интересующих клиента;
- б) чрезмерная насыщенность маршрутной программы;
- в) реклама тура привлекает ограниченное число потребителей, определенную их часть;
- г) высокая стоимость и недостаточное качество.

11. Определите основные требования к различному виду обслуживания туристов, отражающие в документации:

- а) описание процессов, форм и методов обслуживания клиентов;
- б) характеристики процессов обслуживания туристов;
- в) требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- г) необходимое количество персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- д) договорное обеспечение обслуживания;
- е) гарантии при обслуживании туристов;
- ж) согласования с собственниками рекреационных ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического контроля, пожарного надзора;
- з) оплата услуг гида и переводчика.

12. Процесс проектирования контроля качества обслуживания туристов включает определение:

- а) ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги;
- б) методов корректировки характеристик услуги;
- в) методов оценки контролируемых характеристик;
- г) возраста обслуживающего персонала.

**Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине
«Прикладной туроперейтинг»**

1. Туроператор как составитель турпакета.
2. Турагент как розничный продавец туров.
3. Турпакет и факторы, влияющие на его создание.
4. Понятие туристского продукта, его потребительские качества.
5. Классификация видов туризма.
6. Основные характеристики въездного и выездного туризма.
12. Понятие и особенности туристского рынка.
13. Классификация средств размещения туристов.
14. Жизненный цикл туристского продукта.
15. Основные виды туристских фирм в туристском бизнесе и их характеристики
16. Технологические требования к разработке анкет.
17. Характеристика регионального рынка туристских услуг.
18. Классификация и типология туристских услуг.
19. Элементы туристского рынка
20. Факторы, оказывающие влияние на спрос в туризме.
21. Маркетинговые коммуникации в сфере туризма.
22. Функции туроперейтинга.
23. Потребительские свойства турпродукта.
24. Классы туристского обслуживания их характеристика.
25. Технологическая документация тура.
26. Методы контроля качества обслуживания.
27. Основные положения договоров с поставщиками тур услуг.
28. Информационный листок к тур.путевке.
29. Туристские формальности.
30. Каналы реализации турпродукта.
31. Порядок оформления агентского соглашения.
32. Система продвижения продукта туроператора.
33. Информационный каталог туроператора.
34. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
35. Принципы программного обслуживания.
36. Анимация в туризме.
37. Основные документы туристской фирмы.
38. Нормативно–правовая база деятельности туристской фирмы.
39. Этапы создания туристской фирмы.
40. Материально–техническая база турфирмы.
41. Договор об аренде помещения.
42. Безопасность фирмы.
43. Организационно–правовые формы создания туристского предприятия.
44. Единый фирменный стиль, внутреннее и внешнее оформление офиса туристской фирмы.
45. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса России.
46. Формирование штата сотрудников фирмы.
47. Порядок ликвидации туристской фирмы.
48. Выбор вида деятельности предприятия.

49. Обоснование выбора места для размещения офиса фирмы.
50. Исследование рынка туристских услуг.
51. Анализ конкуренции на туристском рынке.
52. Охарактеризуйте следующие понятия: покупательский спрос, рынок туристских услуг, конъюнктура туристского рынка.
53. Этапы жизненного цикла туристского продукта.
54. Принцип сегментирования туристского рынка.
55. Прогнозирование спроса в туризме.
56. Процесс составления бизнес–плана туристского предприятия.
57. Структура и оформление бизнес–плана.
58. Мебель и оборудование турфирмы.
59. Анализ туристских предпочтений в нашем регионе.
60. Что такое каталог туроператора и в каких целях он выпускается.
61. Какие виды каталогов вы знаете.
62. Какие российские и международные выставочные мероприятия вам известны.
63. Что такое – «оптимальность» туристской программы.
64. Работа на выставках и презентациях.
65. Сегментирование туристского рынка.
66. Спрос и предложение в туризме.
67. Жизненный цикл турпродукта.
68. Виды страхования в туризме.
69. Назовите внутренние и внешние каналы сбыта турпродукта.
70. Цели, нормативная база и основные принципы рекламы турпроператора.
71. Основные производственные функции бюро продаж туроператора.
72. Охарактеризуйте понятие контрагентская сеть.
73. Основные факторы подбора турагентов.
74. Виды агентских соглашений.
75. Виды нерекламных методов продвижения турпродукта.
76. Стимулирование потребителей (туристов).
77. Стимулирование турагентств.
78. Информационные (рекламные) поездки.
79. Профессиональная техника общения с клиентом.
80. Информация об условиях, препятствующих совершению путешествия, предоставляемые клиенту до и после подписания договора.
81. Особенности паспортного режима и визовые ограничения ряда зарубежных стран.
82. Правила выезда несовершеннолетних в групповые и индивидуальные туры (зарубежные).
83. Порядок подписания договора с клиентом.
84. Основное содержание договора турфирмы с клиентом.
85. Работа с устными претензиями клиентов.
86. Порядок рассмотрения претензий и апелляций.
87. Основные функции менеджера на маршруте.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы,

где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. развитие навыков логического мышления;

3. углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

Кусков А. С. Туроперейтинг [Электронный ресурс]: учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум, 2014. - 400 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=420366>

Дополнительная литература

Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм [Электронный ресурс]: учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 396 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514838>

Гущина, Н.А. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.А. Гущина, Н.А. Зайцева. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2015. - 240 с. - ЭБС «Znanium. com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489737>

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
<p>Среда международного туроперейтинга. Туроператор как субъект туристского рынка. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Внешние факторы туроперейтинга Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Характерные черты объектов туристского интереса. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга. Структура туроператора. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>
<p>Основные характеристики и структура турпродукта. Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги,</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>

товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта	знаний, умений навыков	систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание. Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2 ПКУВ-6
Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема.. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.. Туристский маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач. Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-2 ПКУВ-6

<p>Технология разработки турпродукта Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки.</p>				
<p>Организация сотрудничества с поставщиками услуг. Ценообразование в туроперейтинге Особенности сотрудничества с внешними туроператорами и турагентами. Организация совместной работы с гостиницами, бронирование мест в гостиницах. Особенности организации сотрудничества с транспортными организациями. Организация сотрудничества со страховыми компаниями. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>
<p>Современные информационные технологии, применяемые в туроперейтинге Классификация современных информационных технологий. Функции глобальных систем бронирования и резервирования. Основные направления влияния информационных технологий в области СКС и туризма. Новые информационные технологии на создание туристского продукта. Влияние информационных технологий в области продвижения и продаж турпродуктов.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>
<p>Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.</p>				

<p>Определение программного туризма. Понятие качества. Оптимальность программного туризма. Психологическая подготовка к восприятию программ</p>				
<p>Системы распространения турпродукта. Зарубежные представители туроператоров Основные функции зарубежных представителей туроператора. Порядок рассмотрения жалоб гостей, находящихся на обслуживании. Супервайзеры. Задачи супервайзера. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>
<p>Правовое регулирование отношений в сфере туризма Правовые основы туристической деятельности в РФ. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Применение туристических кредитов в туроперейтинге. Бартерные схемы расчетов в туроперейтинге Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Уголовная ответственность работников туроператора.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-2 ПКУВ-6</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
Adobe Reader 9	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

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

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд.3-12, 3-15, 3-17, 3-22. <i>Адрес: ул. Пушкина 177;</i> аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. № ауд.3-12, 3-15, 3-17, 3-22. <i>Адрес: ул. Пушкина 177.</i> Компьютерный класс: № ауд., <i>адрес</i></p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</p>
Помещения для самостоятельной работы		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: № ауд. <i>адрес</i> В качестве помещений для самостоятельной работы могут быть: компьютерный класс, читальный зал: ул.Первомайская,191, 3 этаж.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</p>

Дополнения и изменения в рабочей программе

на _____ / _____ учебный год

В рабочую программу

_____ (наименование дисциплины)

По направлению
подготовки бакалавров

По профилю подготовки _____

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____

(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (наименование кафедры)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

_____ (Ф.И.О.)