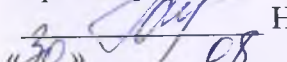


ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский государственный университет спорта и туризма»
(ГАОУ ВО МГУСиТ)

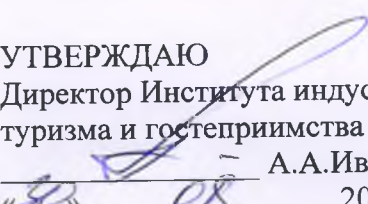
СОГЛАСОВАНО

Первый проректор


«30» 08 Н.Л. Ткаченко
2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института индустрии
туризма и гостеприимства


«30» 08 А.А.Иванцов
2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 Практикум туристской деятельности

направление подготовки: **43.03.02 Туризм**

направленность (профиль): **Технологии туроператорской и турагентской деятельности**

Форма обучения	Очная	заочная
Общая трудоемкость (в акад. часах / ЗЕ)	108 час. / 3 ЗЕ	
Курс	3	3
Учебный семестр	6	7
Форма промежуточной аттестации 6 семестр	зачет	

Москва, 2022


Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает требования к результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа дисциплины (РПД) «Практикум туристской деятельности» (2020 год набора) составлена на основании ФГОС высшего образования **43.03.02 Туризм**, утвержденного Минобрнауки РФ от «08» июня 2017 г. № 516, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, профиль: Технологии туроператорской и турагентской деятельности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину, и студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.


Разработчик рабочей программы:

Профессор кафедры туризма,
доктор медицинских наук,
профессор

 Косолапов А.Б.
«30» 08 2022 г.


Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры туризма «30» 08 2022 г.,
протокол № 1

Заведующий кафедрой
туризма, кандидат
социологических наук

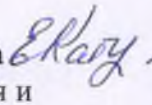
 Коршунов А.В.
«30» 08 2022 г.

СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса

 Федорова О.В.
«30» 08 2022 г.

Специалист по УМР отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса

 Катунина Е.И.
«30» 08 2022 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Практикум туристской деятельности» является формирование общепрофессиональных компетенций и обязательной профессиональной компетенции – способности применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере (ОПК–1), способности осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК–4), способности разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий (ПК–3).

Задачи дисциплины:

- ознакомление студентов с технологическими новациями и современным программным обеспечением в туристской сфере;
- формирование способности студентов осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;
- обучение студентов методам разработки и особенностям применения технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Практикум туристской деятельности» изучается обучающимися в рамках Блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений: элективные дисциплины, в т.ч. дисциплины (модули) по выбору1 (ДВ.1) на протяжении 6 учебного семестра и завершается промежуточной аттестацией в форме зачета.

Изучение дисциплины «Практикум туристской деятельности» осуществляется на основе логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами этого же модуля Б1.В.ДВ.03.01 «Технологии внутреннего туризма», Б1.В.ДВ.03.02 «Технологии въездного», а также с дисциплинами модуля по выбору 1 Б1.В.ДВ.01.01 «Анимация в туризме», Б1.В.ДВ.01.02 «Реклама в туризме».

Обучение по дисциплине «Практикум туристской деятельности» предшествует изучению следующих дисциплин ООП:

- Б1.В.02 «Основы устойчивого туризма»
- Б1.О.04.05 «Организация и технология внутреннего туризма».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ООП

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1, ОПК–4, ПК-3.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
<p>ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере</p>	<p>ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности</p>	<p>Знать: основные термины и нормативно-правовую базу технологических новаций и информационного обеспечения в туристской сфере; принципы инновационной и инвестиционной политики государства, организаций Уметь: использовать терминологический аппарат; ориентироваться в классификации инноваций в туризме Иметь практический опыт: определения необходимости применения технологических новаций и информационного обеспечения в туристской сфере</p>
	<p>ОПК-1.2 Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма</p>	<p>Знать: особенности инноваций как объекта инновационного менеджмента; виды инноваций и различия подходов при их внедрении; инновационные технологии в туризме Уметь: характеризовать основные инновационные процессы в туризме Иметь практический опыт: владения навыками организации работы туристской фирмы и ее подразделений – участников инновационного процесса</p>
<p>ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</p>	<p>ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p>	<p>Знать: маркетинговые новации при исследовании рынка туристских услуг Уметь: использовать маркетинговые новации при исследовании рынка туристских услуг Иметь практический опыт: применения маркетинговых новаций, применяемых в</p>

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
	<p>ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>	<p>туризме</p> <p>Знать: методы эффективных продаж экскурсионного продукта и турпродукта, в основу которых положены технологии информационно-телекоммуникационных сетей</p> <p>Уметь: использовать методы продаж экскурсионного продукта и турпродукта, в основу которых положены технологии информационно-телекоммуникационных сетей</p> <p>Иметь практический опыт: применения практики продаж туристского и экскурсионного продукта</p>
<p>ПК-3 Способен разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ПК-3.1. Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста</p>	<p>Знать: технологию разработки туристских программ и экскурсионных маршрутов с учетом потребностей туристских групп и индивидуальных туристов</p> <p>Уметь: использовать технологию подбора различных туристских маршрутов и программ с использованием сайтов и личных кабинетов туроператоров</p> <p>Иметь практический опыт: бронирования туристских маршрутов с использованием имеющихся в стране туристско-рекреационных ресурсов</p>
	<p>ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг</p>	<p>Знать: основы технологии продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг</p> <p>Уметь: организовывать продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг</p> <p>Иметь практический опыт: продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг</p>
	<p>ПК-3.3 Ведет переговоры с</p>	<p>Знать: основные методы и</p>

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
	партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	приемы введения переговоров с партнерами Уметь: вести переговоры с партнерами Иметь практический опыт: согласовывания условий взаимодействия при реализации туристских продуктов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, включая все формы контактной и самостоятельной работы обучающихся.

4.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Очная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельной работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1 семестр												
Раздел 1. Технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере												
1.1.	Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере	10	4	2	2			6		ПТЗ.О	ПТЗ.Р	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
1.2.	Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме	10	4	2	2			6		ПТЗ.Т	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4
1.3	Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций»	14	4	-	2			10		ПТЗ.О	ПТЗ.Р	ОПК-4, ПК-3.
Раздел 2. Туристский рынок, организация продаж и продвижение туристского продукта												
1.4	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	10	4	2	2			6		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.

¹ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О – опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа; ПТЗ.Р – проверка теоретических знаний (реферативная работа); ПТЗ.А – проверка теоретических знаний – аналитический обзор литературы.

² К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

³ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁴ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1.5	Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта	12	6	2	4			6		ПТЗ.О	ПТЗ.Э	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
1.6	Тема 2.3. Продвижение туристского продукта	8	4	2	2			4		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4
1.7	Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»	12	4	-	4			8		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ПК-3.
Раздел 3. Обслуживание туристов с использованием телекоммуникационных и информационно-коммуникативных технологий												
1.8	Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов	10	6	2	4			4		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
1.9	Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов	12	6	2	4			6		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4.
1.10	Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»	12	2	-	2			10		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
	Промежуточная аттестация								зачет			
ВСЕГО:		108	42	14	28			66				

Заочная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁵		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁶	др. виды работ ⁷	консультации ⁸					
1 семестр												
Раздел 1. Технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере												
1.1.	Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере	10	2	2			8		ПТЗ.О	ПТЗ.Р	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.	
1.2.	Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме	12	2	2			10		ПТЗ.Т	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4	
1.3	Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций»	8	2		2		6		ПТЗ.О	ПТЗ.Р	ОПК-4, ПК-3.	
Раздел 2. Туристский рынок, организация продаж и продвижение туристского продукта												
1.4	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	8					8		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.	
1.5	Тема 2.2. Организация продаж	12	2		2		10		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-	

⁵ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О – опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа; ПТЗ.Р – проверка теоретических знаний (реферативная работа); ПТЗ.А – проверка теоретических знаний – аналитический обзор литературы.

⁶ К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

⁷ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁸ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.				Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁵		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.					в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁶	др. виды работ ⁷ консультаций ⁸					
	туристского продукта									4, ПК-3.	
1.6	Тема 2.3. Продвижение туристского продукта	10					10		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4
1.7	Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»	10					10		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ПК-3.
Раздел 3. Обслуживание туристов с использованием телекоммуникационных и информационно-коммуникативных технологий											
1.8	Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов	10					10		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
1.9	Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов	12	2		2		10		ПТЗ.О	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4.
1.10	Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»	12	2		2		10		ПТЗ.КР	ПТЗ.А	ОПК-1, ОПК-4, ПК-3.
	Промежуточная аттестация	4					4	зачет			
ВСЕГО:		108	12	4	8		96				

4.2. Тематическое содержание занятий

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере	Лекция (2 ак.ч.)	Инновационные методы стимулирования и развития услуг в сфере туризма. Факторы, обуславливающие создание новых туристских услуг. Концепция успешной модели туристского продукта. Примеры успешного внедрения туроператорами новых услуг.
	Занятие семинарского типа (Семинар) (2 ак.ч.)	Опрос: Факторы, обуславливающие создание новых туристских услуг. Концепция успешной модели туристского продукта.
	Самостоятельная работа (6 ак.ч.)	Реферат по теме «Инновационные методы стимулирования и развития услуг в сфере туризма»
Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме	Лекция (2 ак.ч.)	Программное обеспечение в туризме: системное, прикладное, стандартное, специальное. Системы бронирования. Глобальные системы бронирования. Локальные системы бронирования. Корпоративные (отель Мариотт). Системы гостиничных брокеров (Гулливер). Интернет-системы бронирования. Системы автоматизации туризма. МастерТур (клиент-сервер). Самотур (клиент-сервер). Комтур (ASP) (Интурист).
	Занятие семинарского типа (Коллоквиум) (2 ак.ч.)	Тест: Системы бронирования. Глобальные системы бронирования. Локальные системы бронирования.
	Самостоятельная работа (6 ак.ч.)	Работа с литературой по теме «Программное обеспечение в туризме: системное, прикладное, стандартное, специальное.»
Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций	Лекция (0 ак.ч.)	-
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)	Опрос: туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии сознания. Товарная форма турпродукции. Дополнительные услуги. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта. Создание услуг. Формирование турпродукта. Потребление турпродукта. Структура проектируемого турпродукта. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Унифицированность принципов отбора базовых услуг и

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p>турпродуктов в разных видах туризма. Условия создания оптимального турпродукта. Организационная и экономическая проработка проектируемого турпродукта. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. Составление рекомендаций по улучшению базовых турпродуктов.</p> <p>Самостоятельная работа (10 ак.ч.)</p> <p>Реферативная работа по теме: Особенности научно-практического управления предприятиями индустрии туризма в зарубежных странах и в России.</p>
Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	<p>Лекция (2 ак.ч.)</p> <p>Занятие семинарского типа (Семинар) (2 ак.ч.)</p> <p>Самостоятельная работа (6 ак.ч.)</p>	<p>Первичные исследования – сбор данных с помощью различных методов: Наблюдение. Стандартизированное наблюдение и свободное наблюдение. Преимущества и недостатки. Опрос – способ получения информации через выяснение мнений людей. Устная и письменная форма опроса. Интервью. Эксперимент: условия проведения – полевые, лабораторные. Основные признаки – изолированность изменений, активное участие исследователя в процессе сбора данных. Панельный метод. Признаки метода. Виды панелей: 1) торговая (оптовая, розничная); 2) потребительская (индивидуумы, семьи, производственное потребление); 3) специальные формы (панель экономистов, архитекторов и прочее, а также театры, больницы и т. д.); 4) традиционная и нетрадиционная; 5) краткосрочная и долгосрочная; 6) в зависимости от метода получения информации (опросные листы, интервью и т. д.).</p> <p>Контрольная работа по теме: Выбор территории и времени проведения исследования, формулирование стратегических и тактических задач, направленных на достижение конкурентных преимуществ в сфере туризма.</p> <p>Работа с литературой по теме: Применение методологии, методов исследования в туристской деятельности. Актуальность изучения проблем глобализации в сфере туризма.</p>
Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта	<p>Лекция (2 ак.ч.)</p>	<p>Две основные формы реализации туристского продукта. Собственные бюро продаж. Реализация через контрагентскую сеть. Этапы реализации туристского продукта: прием клиента и установление контакта с ним; выяснение мотивации выбора</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	<p>Занятие семинарского типа (Семинар) (4 ак.ч.)</p> <p>Самостоятельная работа (6 ак.ч.)</p>	<p>туристского продукта; предложение туров; информационное обеспечение покупателя; документальное оформление правоотношений; расчет с клиентом. Документальное оформление правоотношений. Документы для заказа (заявка, лист бронирования, подтверждение бронирования). Документы для клиента. Документы, подтверждающие личность туриста.</p> <p>Опрос по теме: Реализация туристского продукта на основании договора, заключаемого в письменной форме между туроператором и туристом и (или) между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком. Существенные условия договора о реализации туристского продукта: полное и сокращенное наименования, адрес, реестровый номер туроператора; размер финансового обеспечения, номер, дата и срок действия договора страхования ответственности туроператора или банковской гарантии, наименование, адрес (место нахождения) и почтовый адрес организации, предоставившей финансовое обеспечение; сведения о туристе, а также об ином заказчике; цена туристского продукта в рублях; информация о потребительских свойствах туристского продукта — о программе пребывания, маршруте и об условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания и питания, услугах по перевозке туриста в стране временного пребывания, о наличии экскурсовода; права, обязанности и ответственность сторон; условия изменения и расторжения договора; сведения о порядке и сроках предъявления туристом претензий к туроператору в случае нарушения туроператором условий договора; сведения о порядке и сроках предъявления туристом и (или) иным заказчиком требований о выплате страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо требований об уплате денежной суммы по банковской гарантии, а также информация об основаниях для осуществления таких выплат по договору страхования ответственности туроператора и по банковской гарантии.</p> <p>Подготовка эссе: 1. Реализация туристского продукта на основании договора, заключаемого в письменной форме между туроператором и туристом и (или) между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком.</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		2. Существенные условия договора о реализации туристского продукта.
Тема 2.3. Продвижение туристского продукта	Лекция (2 ак.ч.)	Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама. Бесплатные дополнительные услуги. Продвижение туристских услуг через дисконтные клубы. Стимулирование агентской сети: повышение процента комиссионных; награждение по итогам сезона лучших агентов подарками, бесплатными путевками, участием в рекламных турах; системы накопительных бонусов; бонусы за бронирование и др. Повышение процента комиссии за проданные туры. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации. Организация рекламных туров. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании.
	Занятие семинарского типа (Семинар) (2 ак.ч.)	Контрольная работа: Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации.
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	Работа с литературой по теме: Продвижение туристских услуг через дисконтные клубы
Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»	Лекция (0 ак.ч.)	-
	Занятие семинарского типа (Семинар) (4 ак.ч.)	Опрос по теме: Эффективность продажи и продвижения туристической услуги. Реализация по наиболее выгодной цене. Эффективные методы продвижения. Косвенный сбыт – продажа через посредников. Агентские продажи. Направления продвижения туристического продукта: экспансия рынка, распределение спроса, повышение эффективности продаж. Снижение затрат на единицу продукции. Планирование продвижения туристического продукта. Проблемы налаживания эффективных контактов с потенциальными клиентами, реклама предприятия, создание и закрепление в обществе позитивного отношения к предприятию.
	Самостоятельная работа (8 ак.ч.)	Работа над рефератами по выбору студентов. Темы: Снижение затрат на единицу продукции. Планирование продвижения туристического продукта. Проблемы налаживания эффективных контактов с потенциальными клиентами, реклама

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		предприятия, создание и закрепление в обществе позитивного отношения к предприятию.
Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов	Лекция (2 ак.ч.)	Цель информационных технологий. Коммуникация и ее цели в туризме. Коммуникационная система. : Процесс внедрение новых информационных систем в турфирме. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System). Видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет.
	Занятие семинарского типа (Семинар) (4 ак.ч.)	Опрос: Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System).
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	Работа над рефератом: Процесс внедрение новых информационных систем в турфирме.
Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов	Лекция (2 ак.ч.)	Электронные туристские офисы. Внедрение мультимедийных технологий. Виртуальные экскурсии и путешествия. Создание и использование энциклопедических, справочных и рекламных дисков. Создание единого регионального информационного туристского пространства.
	Занятие семинарского типа (Семинар) (4 ак.ч.)	Опрос по теме. Компьютерная симуляция, работа с электронным учебником. Научно-исследовательский тренинг: формирование региональных и отраслевых прогнозов развития внутреннего туризма Компьютерное тестирование.
	Самостоятельная работа (6 ак.ч.)	Подготовка реферата на тему: Региональные методы социологических, статистических прогнозов.
Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»	Лекция (0 ак.ч.)	-
	Занятие семинарского типа (Семинар)	Контрольная работа: Коммуникация ее цели в туризме. Виды коммуникаций. Повышение эффективности дистанционных коммуникаций. Коммуникационная распределенная система. Процесс внедрение дистанционных информационных

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	(2 ак.ч.)	систем в турфирме.
	Самостоятельная работа (10 ак.ч.)	Подготовка рефератов на темы: 1. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System) в туристском бизнесе. 2. Видеотекст, электронная почта, социальные сети.
Промежуточная аттестация	Зачет	<i>по сумме текущего контроля</i>

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Основная литература

1. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496195> (дата обращения: 20.06.2022).

2. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490605> (дата обращения: 20.06.2022).

3. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493855> (дата обращения: 20.06.2022).

4. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12617-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496401> (дата обращения: 20.06.2022).

5.2. Дополнительная литература

1. Грачева О.Ю., Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина, Ю. В. Мишунинатской. Организация туристического бизнеса. Технология создания турпродукта. Издательство: Дашков и ко. 2021. - 276 с.

2. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Учебное пособие с грифом УМО. М.: КНОРУС, 2021. – 288 с.

3. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг: учебник. Издательство: Форум, 2020. - 399 с.

4. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент туризма: Учебник - М., Финансы и статистика, 2020.

5. Беккер Г., Боосов А. Современная социологическая теория в ее преемственности и изменении. М.: Изд-во иностранной литературы, 2019.

6 Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489805> (дата обращения: 20.06.2022).

7. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11578-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492463> (дата обращения: 20.06.2022).

8. Бор М.З. Основы экономических исследований: логика, методология, организация, методика. М.: ДИСКУС, 2011.

9. Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства. Учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2021.

10. Методы социально-экономических исследований. Под ред. акад. Панова И.Р. М.: Наука, 2020.

11. Проурзин В.Т. Туризм как социально–экономический приоритет. М. Слово и дело, 2021. 120 с.
12. Туризм в России: Статистический сборник / Госкомстат России. М., 2021.

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

1. Современные изменения в экономической науке / Аналитический обзор. режим 1. "Университетская библиотека": <http://www.biblioclub.ru/>
2. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
3. Университетская информационная система России (УИС России): <http://uisrussia.msu.ru/>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека полнотекстовых учебников и учебных пособий по гуманитарно-экономическим и техническим дисциплинам [Режим доступа <http://window.edu.ru/window/library>]
5. Электронная библиотечная система <http://znanium.com>
6. Научная электронная библиотека: электронные версии статей журналов. <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
7. Публичная Интернет-библиотека [Режим доступа <http://www.public.ru>].

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

включает перечень информационно-справочных систем:

- ЭБС МГУСиТ;
- Электронно-библиотечную систему – Руконт;
- Электронно-библиотечную систему Юрайт;
- Электронно-библиотечную систему book.ru;
- Видеотеку МГУСиТ

Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (в соответствии с графиком работы коммерческой версии для незарегистрированных пользователей).

Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

Программное обеспечение:

Для успешного освоения дисциплины студенты используют такие программные средства как Excel; Word. Для представления результатов – Power Point.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РПД

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов: лекционная аудитория, оборудованная видеопроекционной аппаратурой, экраном, компьютером.

Кабинет для практических занятий (компьютерный класс), имеющий видеопроекционную аппаратуру с возможностью подключения к ПК, экран, персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития,

индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и учебно-методические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением элементов электронного обучения (при наличии заявления). Электронное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В образовательном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения. Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы обучающиеся с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении всех видов аттестации.

Особые условия предоставляются обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья на основании заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися в ЭИОС и сайте университета, с графиком консультаций преподавателей кафедры туризма.

Рекомендуемое распределение времени на изучение дисциплины указано в разделе «Структура и содержание дисциплины». В целях более плодотворной работы в семестре студенты также могут ознакомиться с календарно-тематическим планом дисциплины, составленным преподавателем – как для лекционных, так и для практических занятий.

«Сценарий» изучения дисциплины.

«Сценарий» изучения дисциплины студентом подразумевает выполнение им следующих действий:

1. Ознакомление с целями и задачами дисциплины.
2. Ознакомление с требованиями к знаниям и навыкам студента.
3. Первичное ознакомление с разделами и темами дисциплины.
4. Ознакомление с распределением времени на изучение дисциплины.
5. Ознакомление со списками рекомендуемой основной и дополнительной литературы по дисциплине.
6. Углублённое ознакомление с разделами и темами дисциплины.
7. Предварительный охват на основе рекомендуемой литературы круга вопросов, актуальных для конкретного занятия.
8. Самостоятельная проработка основного круга вопросов как каждого последующего, так и каждого предыдущего занятия в свободное время между занятиями по дисциплине.
9. Присутствие и творческое участие на лекционных и семинарских / практических занятиях.
10. Выполнение требований планового текущего и итогового контроля.
11. Уточнение возникающих вопросов на консультации по дисциплине.
12. Непосредственная подготовка к экзамену по дисциплине на основе выданных преподавателем вопросов к экзамену.

10.2. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

10.3. Рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа

Студентам следует:

- до очередного занятия семинарского типа по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к занятиям семинарского типа следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;

- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе занятия семинарского типа давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

10.4. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на занятиях семинарского типа и консультациях неясные вопросы;

- при подготовке к промежуточной аттестации параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Освоение учебной дисциплины ««Практикум туристской деятельности»» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, в т.ч. интерактивных лекций, дискуссий, разбор конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации оформляется приложением к РПД.

Приложение
к рабочей программе дисциплины
««Практикум туристской деятельности»»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности	Знать: основные термины и нормативно-правовую базу технологических новаций и информационного обеспечения в туристской сфере; принципы инновационной и инвестиционной политики государства, организаций Уметь: использовать терминологический аппарат; ориентироваться в классификации инноваций в туризме Иметь практический опыт: определения необходимости применения технологических новаций и информационного обеспечения в туристской сфере	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.
	ОПК-1.2 Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма	Знать: особенности инноваций как объекта инновационного менеджмента; виды инноваций и различия подходов при их внедрении; инновационные технологии в туризме Уметь: характеризовать основные инновационные процессы в туризме Иметь практический опыт: владения навыками организации	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
		работы туристской фирмы и ее подразделений – участников инновационного процесса	
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т. ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Знать: маркетинговые новации при исследовании рынка туристских услуг Уметь: использовать маркетинговые новации при исследовании рынка туристских услуг Иметь практический опыт: применения маркетинговых новаций, применяемых в туризме	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.
	ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знать: методы эффективных продаж экскурсионного продукта и турпродукта, в основу которых положены технологии информационно-телекоммуникационных сетей Уметь: использовать методы продаж экскурсионного продукта и турпродукта, в основу которых положены технологии информационно-телекоммуникационных сетей Иметь практический опыт: применения практики продаж туристского и экскурсионного продукта	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.
ПК-3 Способен разработать и применять	ПК-3.1. Формирует туристский продукт, в т. ч. на основе современных	Знать: технологию разработки туристских программ и	опрос; реферат; доклад;

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
технологии обслуживания туристов с использованием технологических информационно-коммуникативных технологий	информационно–коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	<p>экскурсионных маршрутов с учетом потребностей туристских групп и индивидуальных туристов</p> <p>Уметь: использовать технологию подбора различных туристских маршрутов и программ с использованием сайтов и личных кабинетов туроператоров</p> <p>Иметь практический опыт: бронирования туристских маршрутов с использованием имеющихся в стране туристско-рекреационных ресурсов</p>	контрольная работа; тестирование; зачет.
	ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	<p>Знать: основы технологии продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг</p> <p>Уметь: организовывать продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг</p> <p>Иметь практический опыт: продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг</p>	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.
	ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	<p>Знать: основные методы и приемы введения переговоров с партнерами</p> <p>Уметь: вести переговоры с партнерами</p> <p>Иметь практический опыт: согласовывания условий взаимодействия при реализации туристских</p>	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет.

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
		продуктов	

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Зачет

Перечень вопросов:

1. Инновационные методы стимулирования и развития услуг в сфере туризма.
2. Факторы, обуславливающие создание новых туристских услуг.
3. Концепция успешной модели туристского продукта.
4. Программное обеспечение в туризме: системное, прикладное, стандартное, специальное.
5. Системы бронирования. Глобальные системы бронирования. Локальные системы бронирования.
6. Системы гостиничных брокеров (Гулливер). Интернет -системы бронирования.
7. Системы автоматизации туризма.
8. Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии сознания.
9. Товарная форма турпродукции.
10. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта.
11. Формирование и потребление турпродукта.
12. Структура проектируемого турпродукта.
13. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.
14. Условия создания оптимального турпродукта.
15. Организационная и экономическая проработка проектируемого турпродукта.
16. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.
17. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта.
18. Эксперимент: условия проведения – полевые, лабораторные.
19. Панельный метод. Признаки метода. Виды панелей.
20. Формы реализации туристского продукта.
21. Реализация через контрагентскую сеть. Этапы реализации туристского продукта.
22. Документальное оформление правоотношений в турфирме.
23. Реализация туристского продукта на основании договора, заключаемого в письменной форме.
24. Существенные условия договора о реализации туристского продукта.
25. Потребительские свойства туристского продукта.
26. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама.
27. Бесплатные дополнительные услуги.
28. Продвижение туристских услуг через дисконтные клубы.
29. Стимулирование агентской сети.
30. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации.
31. Организация рекламных туров.
32. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании.
33. Коммуникационная система в туризме.
34. Процесс внедрение новых информационных систем в турфирме.
35. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System).
36. Электронные туристские офисы.

37. Внедрение мультимедийных технологий в туризме.
38. Виртуальные экскурсии и путешествия.
39. Создание и использование энциклопедических, справочных и рекламных дисков.
40. Создание единого регионального информационного туристского пространства.

Перечень вопросов:

Критерии оценки:

«5» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«4» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

«3» - обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

«2» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

2.2. Оценочные материалы для текущего контроля

ТЕСТИРОВАНИЕ

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ № 1

Тема 1.1: Применение технологических новаций в туристской сфере

1 вариант

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	<p>1. Характерная черта спроса на внутренний туристский продукт в России:</p> <p>а) растет быстрыми темпами; б) неэластичен по цене; в) имеет сезонный характер; г) имеет локальное распространение.</p>	3
2	<p>2. Для развития сельского туризма необходимо:</p> <p>а) содействовать рекламе сельского туризма; б) вводить должность нового заместителя главы муниципального района; в) поддерживать сельского производителя; г) расширять принципы местного самоуправления.</p>	3
3	<p>3. Состав туристского пакета зависит:</p>	1

	<ul style="list-style-type: none"> а) от запросов потребителя; б) количества дней в туре; в) требований принимающей стороны; г) возможностей туроператора. 	
4	<p><i>4. Туристскому продукту присущи следующие потребительские свойства:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) обоснованность, надежность, эффективность, целостность, полезность, безопасность; б) надежность, полезность и безопасность; в) качество, эффективность, целостность, полезность, безопасность; г) надежность, доступность, универсальность. 	2
5	<p><i>5. Основные составляющие концепции гостеприимства:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) гуманитарная, коммерческая, информационная; б) экологическая, экономическая, гуманитарная; в) гуманитарная, эстетическая, коммерческая. 	3
6	<p><i>6. Основные туристские услуги — это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) размещение и питание; б) перевозка и размещение; в) перевозка, размещение, питание; г) перевозка, размещение, питание, страхование. 	2
7	<p><i>7. Пакет туристских услуг — это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) туристский продукт. б) туристский продукт, произведенный туроператором и состоящий из набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий; в) перевозка и размещение; г) перевозка, размещение и питание. 	4
8	<p><i>8. Полное и конкретное описание турпродукта приводится:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) в договоре о туристском обслуживании; б) путевке; в) каталоге турфирмы; г) на сайте туроператора. 	1
9	<p><i>9. По видам трассы различают следующие маршруты:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) линейные, кольцевые, радиальные, комбинированные; б) простые, сложные, экстремальные; в) непрерывные, сегментированные; г) легкие, средней тяжести, тяжелые. 	1
10	<p><i>10. Средства размещения туристов бывают:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) коллективные и индивидуальные; б) индивидуальные и групповые; в) групповые, одиночные, семейные; г) одиночные и коллективные. 	1

2 вариант

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	<p><i>1. Все сегменты индустрии внутреннего туризма:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) связаны между собой; 	1

	<ul style="list-style-type: none"> б) могут существовать независимо друг от друга; в) взаимосвязаны и зависят друг от друга; г) не связаны между собой. 	
2	<p>2. <i>Розничная реализация турпродукта осуществляется:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) по договору поручения; б) договору комиссии; в) договору о туристском обслуживании. 	3
3	<p>3. <i>Проездной билет, приобретаемый туроператором, — это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) договор между перевозчиком и турфирмой; б) договор между пассажиром и турфирмой; в) договор перевозки пассажира; г) не договор, а подтверждение для пассажира места на транспорте. 	3
4	<p>4. <i>«Остановки продажи» (stop sale) — это период:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) за который нереализованный остаток квоты туроператора изымается средством размещения; б) когда продажи останавливаются по причине обнаружения некачественных туристских услуг; в) когда продажи останавливаются из-за отсутствия мест в гостинице; г) когда продажи останавливаются в связи с закрытием офиса турфирмы. 	3
5	<p>5. <i>Одно из главных преимуществ обслуживания по принципу «шведский стол» заключается:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) в единой цене; б) самообслуживании; в) минимизации отходов; г) унификации меню. 	2
6	<p>6. <i>Подача завтраков в специальном зале с семи до 10 часов утра (не исключая возможности подачи завтрака в номер) должна быть предусмотрена в гостиницах, начиная с категории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) «две звезды»; б) «три звезды»; в) «четыре звезды»; г) «пять звезд». 	2
7	<p>7. <i>Передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами — спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет, — это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) апартамент-отель; б) ботель; в) мотель; г) ротель; д) флотель. 	3
8	<p>8. <i>Мотель — это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) предприятие, предназначенное для временного проживания; б) гостиница, расположенная вблизи автомобильной дороги; в) лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности; г) недорогие комфортные гостиницы для молодежи; 	2

	д) передвижная гостиница.	
9	<p>9. Гостиница нарушила сроки начала оказания услуг по договору на бронирование мест, поэтому потребитель по своему выбору вправе:</p> <p>а) назначить гостинице новый срок; б) потребовать уменьшения цены за оказанные услуги; в) расторгнуть договор об оказании услуги; г) потребовать полного возмещения убытков, причиненных в связи с нарушением сроков оказания услуги.</p>	1,2,3,4
10	<p>10. Средства размещения с ограниченным ассортиментом услуг, используемые в качестве временного жилья, в которых номера состоят из гостиной и спальни, иногда с небольшой кухней, — это:</p> <p>а) апартаменты; б) ботели; в) сьюит-отели; г) резидентские гостиницы; д) таймшер-отели.</p>	1

Ключи:

1 вариант		2 вариант	
№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ
1	3	1	1
2	3	2	3
3	1	3	3
4	2	4	3
5	3	5	2
6	2	6	2
7	4	7	3
8	1	8	2
9	1	9	1,2,3,4
10	1	10	1

Критерии оценки:

оценка	количество правильных ответов
«отлично»	10 –9
«хорошо»	8–7
«удовлетворительно»	6–5
«неудовлетворительно»	4–0

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ**Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере****Перечень:**

1. Инновационные методы стимулирования и развития услуг в сфере туризма.
2. Факторы, обуславливающие создание новых туристских услуг. Концепция успешной модели туристского продукта.

3. Примеры успешного внедрения туроператорами новых услуг.

Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме

Перечень:

1. Программное обеспечение в туризме: системное, прикладное, стандартное, специальное.
2. Системы бронирования. Глобальные системы бронирования.
3. Локальные системы бронирования.
4. Корпоративные (отель Мариотт). Системы гостиничных брокеров (Гулливёр).
5. Интернет-системы бронирования. Системы автоматизации туризма.

Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций

Перечень:

1. Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии сознания. Товарная форма турпродукции. Дополнительные услуги.
2. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта. Создание услуг. Формирование турпродукта. Потребление турпродукта.
3. Структура проектируемого турпродукта.
4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.
5. Унифицированность принципов отбора базовых услуг и турпродуктов в разных видах туризма.

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Перечень:

1. сбор данных с помощью различных методов: Наблюдение. Стандартизированное наблюдение и свободное наблюдение.
2. Опрос – способ получения информации через выяснение мнений людей.
3. Устная и письменная форма опроса. Интервью.
4. Эксперимент: условия проведения – полевые, лабораторные.

Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта

Перечень:

1. Две основные формы реализации туристского продукта.
2. Этапы реализации туристского продукта
3. Документальное оформление правоотношений с клиентом
4. Реализация туристского продукта на основании договора.
5. Права и обязанности турфирмы по отношению к туристу.

Тема 2.3. Продвижение туристского продукта

Перечень:

1. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама.
2. Бесплатные дополнительные услуги.
3. Продвижение туристских услуг через дисконтные клубы.
4. Стимулирование агентской сети
5. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации.
6. Организация рекламных туров. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании.

Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»

Перечень:

1. Эффективность продажи и продвижения туристической услуги.
2. Реализация по наиболее выгодной цене. Эффективные методы продвижения.
3. Направления продвижения туристического продукта
4. Планирование продвижения туристического продукта.
5. Проблемы налаживания эффективных контактов с потенциальными клиентами.

Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов

Перечень:

1. Цель информационных технологий. Коммуникация и ее цели в туризме.
2. Коммуникационная система. Процесс внедрение новых информационных систем в турфирме.
3. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System).
4. Видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет.

Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов

Перечень:

1. Электронные туристские офисы.
2. Внедрение мультимедийных технологий. Виртуальные экскурсии и путешествия.
3. Создание и использование энциклопедических, справочных и рекламных дисков.
4. Создание единого регионального информационного туристского пространства.

Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»

Перечень:

1. Коммуникация ее цели в туризме. Виды коммуникаций.
2. Повышение эффективности дистанционных коммуникаций.
3. Коммуникационная распределенная система.
4. Процесс внедрение дистанционных информационных систем в турфирме.
5. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System) в туристском бизнесе.

Методические указания по написанию реферата/доклада

Цель написания реферата - привить студентам первичные навыки научно-исследовательской работы, научить пользоваться научной и методической литературой, самостоятельно и творчески анализировать её, излагать полученные данные в письменном виде.

Темы рефератов устанавливаются преподавателем кафедры читаемой дисциплины соответственно учебному плану и программе учебной дисциплины.

1. Основные требования и рекомендации при написании реферата.

1. Реферат должен отражать современное состояние вопроса в теории и практике управления в сфере физической культуры и спорта.

2. Тема реферата фиксированной и обязательна для выполнения.

3. При написании реферата необходимо подобрать литературные источники и ознакомиться с их содержанием.

Работа с литературой требует конспектирования. Существует несколько способов конспектирования: изложение мысли автора собственными словами, выборочное

цитирование необходимых мест подлинника и совмещение того и другого. Целесообразнее использовать третий способ. После ознакомления с литературой составляется содержание практической работы.

4. В содержание должны быть три основные раздела:

- введение, в котором излагается обоснование темы (1 -2 стр.);
- основная часть содержит несколько пунктов, раскрывающих содержание практической работы. В ней студент показывает умение самостоятельно работать с литературными источниками, творчески мыслить, сочетать методические и научные знания с требованиями практики (6-8 стр.);
- заключение, в котором даются обобщающие тему выводы (1 -2 стр.).

Введение и заключение тесно связываются с основным разделом практической работы. Хорошо продуманное содержание облегчает дальнейшую работу над темой, делает ее стройной и конкретной.

5. В содержании указываются страницы, на которых раскрываются те или иные вопросы темы. Материал по теме излагается по указанному плану. Каждый ответ на вопрос должен иметь заголовок в тексте работы.

6. Реферат строится на основе анализа 4-6 источников литературы (статей, методических пособий и пр.). Важно общетеоретические положения проиллюстрировать примерами из практики. Содержание практической работы должно быть обоснованным и убедительным, текст написан литературным языком, грамотно.

7. Содержание следует раскрывать в собственном изложении. Прямое заимствование из текста источника (переписывание) недопустимо. Практическая работа, выполненная на основе материала учебника без привлечения дополнительной литературы, не зачитывается.

8. В тексте обязательно должны быть ссылки на изученные работы. Переложение мысли автора или дословное цитирование сопровождается ссылкой с указанием инициалов, фамилии автора, а затем, через запятую - года издания упомянутого источника. Например: (В. М. Петров, 2019). Цитаты заключаются в кавычки.

9. Если в тексте реферата есть рисунки, графики, таблицы, заимствованные из литературных источников, то в подписях к ним даются ссылки на авторов. Например, (по Фадееву В. П., 2021).

10. В конце реферата помещается список литературы, он нумеруется, а авторы перечисляются в алфавитном порядке. Запись источника осуществляется в соответствии с требованиями библиографического описания.

Каждая ссылка в тексте должна иметь соответствующий источник в списке использованной литературы.

2. Требования к оформлению реферата

1. Реферат имеет титульный лист.

2. На второй странице пишется содержание реферата с указанием страниц каждого раздела и подпунктов. Разделы начинаются с нового листа, подпункты продолжают друг за другом. В конце работы прилагается список литературы.

3. Реферативная работа, удовлетворяющая всем перечисленным требованиям, получает «зачёт» (оценка дифференцированная).

Положительная оценка за реферат дает право на сдачу экзамена по дисциплине. При отрицательной оценке работа возвращается студенту для устранения недостатков. Исправленная практическая работа вместе с предыдущим вариантом представляется на кафедре на повторную проверку.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачтено»	5, 4, 3
«незачтено»	2

ОПРОС

Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере

Перечень вопросов:

1. Инновационные методы стимулирования и развития услуг в сфере туризма.
2. Факторы, обуславливающие создание новых туристских услуг. Концепция успешной модели туристского продукта.
3. Примеры успешного внедрения туроператорами новых услуг.

Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме

Перечень вопросов:

1. Программное обеспечение в туризме: системное, прикладное, стандартное, специальное.
2. Системы бронирования. Глобальные системы бронирования.
3. Локальные системы бронирования.
4. Корпоративные (отель Мариотт). Системы гостиничных брокеров (Гулливер).
5. Интернет-системы бронирования. Системы автоматизации туризма.

Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций»

Перечень вопросов:

1. Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии сознания. Товарная форма турпродукции. Дополнительные услуги.
2. Свойства и особенности туруслуг и турпродукта. Создание услуг. Формирование турпродукта. Потребление турпродукта.
3. Структура проектируемого турпродукта.
4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.
5. Унифицированность принципов отбора базовых услуг и турпродуктов в разных видах туризма.

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Перечень вопросов:

1. сбор данных с помощью различных методов: Наблюдение. Стандартизированное наблюдение и свободное наблюдение.
2. Опрос – способ получения информации через выяснение мнений людей.
3. Устная и письменная форма опроса. Интервью.
4. Эксперимент: условия проведения – полевые, лабораторные.

Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта

Перечень вопросов:

1. Две основные формы реализации туристского продукта.
2. Этапы реализации туристского продукта
3. Документальное оформление правоотношений с клиентом
4. Реализация туристского продукта на основании договора.
5. Права и обязанности турфирмы по отношению к туристу.

Тема 2.3. Продвижение туристского продукта

Перечень вопросов:

1. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама.
2. Бесплатные дополнительные услуги.
3. Продвижение туристских услуг через дисконтные клубы.
4. Стимулирование агентской сети
5. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации.
6. Организация рекламных туров. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании.

Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»

Перечень вопросов:

1. Эффективность продажи и продвижения туристической услуги.
2. Реализация по наиболее выгодной цене. Эффективные методы продвижения.
3. Направления продвижения туристического продукта
4. Планирование продвижения туристического продукта.
5. Проблемы налаживания эффективных контактов с потенциальными клиентами.

Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов

Перечень вопросов:

1. Цель информационных технологий. Коммуникация и ее цели в туризме.
2. Коммуникационная система. Процесс внедрение новых информационных систем в турфирме.
3. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System).
4. Видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет.

Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов

Перечень вопросов:

1. Электронные туристские офисы.
2. Внедрение мультимедийных технологий. Виртуальные экскурсии и путешествия.
3. Создание и использование энциклопедических, справочных и рекламных дисков.
4. Создание единого регионального информационного туристского пространства.

Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»

Перечень вопросов:

1. Коммуникация ее цели в туризме. Виды коммуникаций.
2. Повышение эффективности дистанционных коммуникаций.
3. Коммуникационная распределенная система.
4. Процесс внедрение дистанционных информационных систем в турфирме.
5. Использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System) в туристском бизнесе.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачтено»	5, 4, 3
«незачтено»	2

ПРАКТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ (ПР)

ПР № 1

Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере

Задание:

1. Проанализируйте основные результаты развития внутреннего туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>.

2. Проанализируйте основные результаты развития выездного туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>

3. Что понимается под туристской деятельностью?

4. В чем заключается отличие туриста от экскурсанта?

5. В одной программе тура в Париж обозначены экскурсии в Версаль, на Монмартр, в Лувр, в другой — посещение этих же туристических объектов. Назовите два принципиальных отличия этих программ.

6. Охарактеризуйте функции, виды и формы туризма.

Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме

Задание:

1. Проанализируйте основные результаты развития въездного туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>

2. Как сочетаются между собой типы и категории туризма?

3. Приведите примеры реализации основных принципов экологического туризма в Российской Федерации.

4. На основании какого нормативного акта, каким образом и в каком виде должна быть доведена до туриста информация о реализуемом туристском продукте?

5. Чем отличаются деловые и профессиональные туры от служебных командировок?

Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций

Задание:

1. Проведите статистический анализ развития туризма в вашей области (крае или городе) за последние пять лет.

2. Что представляет собой туроператорская деятельность?

3. Может ли индивидуальный предприниматель осуществлять турагентскую деятельность?

4. Какие причины препятствуют развитию социального туризма в нашей стране?

5. Перечислите не менее пяти федеральных законов, имеющих отношение к туристской деятельности в Российской Федерации.

6. Чем отличаются региональные законы о туристской деятельности от региональных программ развития туризма?

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Задание:

1. Менеджеры турагентства оформляли туристов по одному маршруту в течение рабочего дня. Первый менеджер работал семь часов и оформил 18 туристов, второй работал три часа и оформил 10 туристов, третий работал пять часов и оформил 14 туристов, четвертый работал восемь часов и оформил 20 туристов. Определите среднее время в турагентстве, затраченное одним менеджером на оформление одного туриста. Назовите

применяемую формулу для расчета и обоснуйте целесообразность ее применения. Сделайте выводы.

2. Приведите примеры участия государства в регулировании туристской деятельности в целом в России и в вашем регионе.

3. В каких конкретных формах проявляется гражданско-правовая ответственность туристских организаций и клиентов?

4. Какие методы использует государство для регулирования туристской деятельности?

5. Какие правовые акты могут быть использованы для защиты прав туристов?

6. Какие права и обязанности имеет турист?

Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта

Задание:

1. Информация для потребителей туристских услуг подразделяется на группы: реклама, необходимая информация, справочная информация, сопутствующая информация.

Охарактеризуйте каждую группу информации. Что понимается под правом туриста на информацию? Какова ответственность за непредоставление или предоставление неполной и недостоверной информации?

2. Назовите права и обязанности турфирмы по отношению к туристу.

3. Перечислите объекты, относящиеся в туристской индустрии.

4. Что такое туристский продукт?

5. В чем отличие продвижения от реализации туристского продукта?

6. В каком случае туристская фирма может расторгнуть договор с туристом без возмещения убытков?

Тема 2.3. Продвижение туристского продукта

Задание:

1. Назовите основные направления реформирования государственной статистики в России в сфере туризма и обоснуйте их целесообразность.

2. Используя электронную таблицу Excel, постройте линию тренда (линейный прогноз) на среднесрочный период (7—8 лет) числа российских туристов, выезжающих за границу, на основе условных данных:

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего, млн человек	2,2874	3,3717	4,3963	5,4005	7,1408	7,4723	6,9024

В каком году численность выезжающих за рубеж туристов теоретически удвоится по сравнению с 2016 г. Почему линейный тренд часто не отражает реальную статистическую ситуацию?

3. Какая информация должна быть на вывеске предприятия, оказывающего услуги по организации туристских поездок?

4. Отвечает ли турфирма перед клиентом за действия партнеров, предоставивших услуги?

5. В каких случаях турфирма может увеличивать общую стоимость путевки после ее продажи клиенту?

6. Перечислите основные права, предоставленные туристу российским и международным законодательствами.

Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»

Задание:

1. Составьте и обоснуйте краткосрочный прогноз (на три года) изменения численности российских туристов, выезжающих за рубеж. При анализе используйте нижеприведенные

данные и данные Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации (сайт <http://www.russiatourism.ru/>).

По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), в летнем сезоне 2016 г. продажи организованных туров в зарубежные страны сократились по сравнению с 2015 г. на 25—30%. Турагенты фиксируют еще более глубокое падение; так, по данным сети «Горячие туры», продажи сократились почти на 50%.

Число российских туристов, выезжающих за границу, снижается с 2014 г., когда продажи путевок упали на 30% на фоне девальвации рубля и массовых банкротств турфирм. В 2015 году результаты были аналогичными из-за продолжившегося сокращения доходов россиян.

По данным Росстата, реальные доходы населения за первое полугодие 2016 г. снизились на 5%. Сокращение благосостояния россиян — основной фактор, приводящий к снижению турпотока за границу. Еще один негативный фактор — сложившийся на фоне терактов и авиакатастроф информационный фон. Согласно опросу немецкой Ipk International, угроза терроризма влияет на планы путешествий у 40% респондентов.

2. Какие условия должен соблюсти турист, чтобы предъявить претензию турфирме за недостатки в организации поездки?

3. Если туристы приобрели путевку у турагента, могут ли они подать иск в суд на туроператора?

4. Что такое индустрия туризма, что к ней относится?

5. Какие факторы вызывают у людей потребность в туризме?

6. Был ли Остап Бендер туристом с точки зрения современного туристического законодательства, когда вместе с Кисой Воробьяниновым плыл по Волге на пароходе «Скрябин»?

Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов

Задание:

1. Назовите две формы организации сбора статистических материалов о российском туризме, принятые в настоящее время.

2. Можно ли Евгения Онегина назвать путешественником в современном понимании этого термина, закрепленном в Законе об основах туристской деятельности? При любом варианте ответа процитируйте соответствующую строфу, подтверждающую ваше мнение.

3. Турфирма отправила студента на учебу в Новую Зеландию. Через девять месяцев он возвратился домой на каникулы. Был ли он туристом? Ответ обоснуйте.

4. Можно ли на сайте туристической фирмы указывать цены на туры в иностранной валюте, не нарушая Закон о рекламе?

5. В течение какого срока туристическое предприятие несет ответственность перед туристом за нарушение условий договора?

6. В литературе по туризму можно прочесть, что турфирма предоставляет туристам различные услуги, составляющие в совокупности турпакет, что находит отражение в договоре. Но ни туроператор, ни турагент, как правило, не оказывают ни одну из заявляемых услуг — перемещением занимаются транспортные организации, услугами гостеприимства — предприятия размещения и т.д. Что же в таком случае на самом деле предоставляет турфирма туристу?

Предварительная подготовка студентов:

Рекомендуемая дополнительная литература и источники:

Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов

Задание:

1. Обоснуйте необходимость использования статистических данных в работе:

- а) турфирмы;
 б) регионального государственного органа, регулирующего туристскую сферу.

2. Может ли служить гарантией высокого качества обслуживания туриста составление и подписание сторонами юридически грамотного договора о взаимных правах и обязанностях?

3. Какова процедура предоставления туристу ответа на его письменную претензию?

4. Туристическая фирма опубликовала в журнале условия конкурса с награждением победителя. Внезапно ее финансовое состояние ухудшается. Может ли турфирма отказаться от проведения этого конкурса? Дайте аргументированный ответ, основанный на законодательном акте.

4. Какие основополагающие принципы положены в основу работы общественной организации — Ассоциации туроператоров России (АТОР)?

6. Жители Приморского края часто выезжают на два — три дня в приграничный китайский город Хуньчунь. Владельцы местных магазинов, массажных салонов и прочих предприятий сферы услуг заключают неофициальные соглашения с русскими гидами, чтобы они приводили к ним туристов, получая при этом 5—10% от суммы покупок всей группы. Естественно, качество услуг при этом снижается: зачем стараться, если туристы не пойдут к конкурентам?

Государственное регулирование этих «микрорыночных» отношений невозможно, но меры негосударственного воздействия могут оказаться весьма действенными. Назовите их.

Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»

Задание:

1. Федеральная служба государственной статистики ежегодно приводит данные о числе выездов российских граждан за границу. В статистике выезда на протяжении последних лет отчетливо выделяются три страны, лидирующие по числу прибытий россиян и три страны — аутсайдеры, туристский поток в которые минимален. Не обращаясь к опубликованным статистическим показателям, на основе имеющихся у вас знаний направлений туристских потоков назовите эти страны. Результаты занесите в таблицу в виде рангов. Если, по вашему мнению, две страны занимают одинаковые ранговые места, по правилу статистики присвойте каждой из них промежуточные значения, например, вместо первого и второго ранга — 1,5, вместо второго и третьего — 2,5. Сравните полученные данные с официальной статистикой, размещенной на сайте Росстата: www.gks.ru. Объясните причины высокой и низкой туристской посещаемости выбранных стран.

Число выездов российских граждан за границу с целью туризма в 2021 г. в страны дальнего зарубежья

№	Страна	Тыс. поездок	Ранг (от максимального туристского потока к минимальному): лидеры — 1, 2, 3; аутсайдеры — 20, 21, 22
1	Болгария		
2	Германия		
3	Греция		
4	Египет		
5	Испания		
6	Италия		
7	Китай		
8	Кипр		
9	Латвия		
10	Литва		
11	Объединенные Арабские		

	Эмираты		
12	Польша		
13	Великобритания		
14	США		
15	Таиланд		
16	Турция		
17	Япония		

2. Какими законодательными и нормативными государственными актами установлено право туриста на безопасность?

3. Подпадает ли под действие Закона о защите прав потребителей намерение гражданина приобрести тур, если он еще не сделал этого, а только зашел в офис туристической фирмы?

4. Менеджер агентства, продавая путевку, убеждал опытного туриста, что поселение в номер именно в выбранном отеле произойдет не в расчетный час, а сразу по приезду в первой половине дня. Однако сотрудники отеля попросили подождать заселения до 12 часов из-за отсутствия свободных и убранных номеров. Надежды туриста на удачное начало отдыха не оправдались.

Очевидно, что менеджер предоставил недостоверную информацию, а, как известно, на основании ст. 8 Закона о защите прав потребителей «потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах)».

Объясните, почему турфирма в этой ситуации освобождается от гражданско-правовой ответственности?

Методические указания по выполнению практической работы

Цель практической работы - привить студентам первичные навыки научно-исследовательской работы, научить пользоваться научной и методической литературой, самостоятельно и творчески анализировать её, излагать полученные данные в письменном виде.

Темы практических работ устанавливаются преподавателем кафедры читаемой дисциплины соответственно учебному плану и программе учебной дисциплины.

1. Основные требования и рекомендации при выполнении практической работы

1. Практическая работа должна отражать современное состояние вопроса в теории и практике управления в сфере физической культуры и спорта.

2. Тема практической работы является фиксированной и обязательна для выполнения.

3. При выполнении практической работы необходимо подобрать литературные источники и ознакомиться с их содержанием.

Работа с литературой требует конспектирования. Существует несколько способов конспектирования: изложение мысли автора собственными словами, выборочное цитирование необходимых мест подлинника и совмещение того и другого. Целесообразнее использовать третий способ. После ознакомления с литературой составляется содержание практической работы.

4. В содержание должны быть три основных раздела:

- введение, в котором излагается обоснование темы (1 -2 стр.);

- основная часть содержит несколько пунктов, раскрывающих содержание практической работы. В ней студент показывает умение самостоятельно работать с литературными источниками, творчески мыслить, сочетать методические и научные знания с требованиями практики (6-8 стр.);

- заключение, в котором даются обобщающие тему выводы (1 -2 стр.).

Введение и заключение тесно связываются с основным разделом практической работы.

Хорошо продуманное содержание облегчает дальнейшую работу над темой, делает ее стройной и конкретной.

5. В содержании указываются страницы, на которых раскрываются те или иные вопросы темы. Материал по теме излагается по указанному плану. Каждый ответ на вопрос должен иметь заголовок в тексте работы.

6. Работа строится на основе анализа 4-6 источников литературы (статей, методических пособий и пр.). Важно общетеоретические положения проиллюстрировать примерами из практики. Содержание практической работы должно быть обоснованным и убедительным, текст написан литературным языком, грамотно.

7. Содержание следует раскрывать в собственном изложении. Прямое заимствование из текста источника (переписывание) недопустимо. Практическая работа, выполненная на основе материала учебника без привлечения дополнительной литературы, не зачитывается.

8. В тексте обязательно должны быть ссылки на изученные работы. Переложение мысли автора или дословное цитирование сопровождается ссылкой с указанием инициалов, фамилии автора, а затем, через запятую - года издания упомянутого источника. Например: (В. М. Петров, 2019). Цитаты заключаются в кавычки.

9. Если в тексте практической работы есть рисунки, графики, таблицы, заимствованные из литературных источников, то в подписях к ним даются ссылки на авторов. Например, (по Фадееву В. П., 2021).

10. В конце практической работы помещается список литературы, он нумеруется, а авторы перечисляются в алфавитном порядке. Запись источника осуществляется в соответствии с требованиями библиографического описания.

Каждая ссылка в тексте должна иметь соответствующий источник в списке использованной литературы.

2. Требования к оформлению практической работы

1. Практическая работа имеет титульный лист.

2. На второй странице пишется содержание работы с указанием страниц каждого раздела и подпунктов. Разделы начинаются с нового листа, подпункты продолжают друг за другом. В конце работы прилагается список литературы.

3. Практическая работа, удовлетворяющая всем перечисленным требованиям, получает «зачёт» (оценка дифференцированная).

Положительная оценка за практическую работу дает право на сдачу экзамена по дисциплине. При отрицательной оценке работа возвращается студенту для устранения недостатков. Исправленная практическая работа вместе с предыдущим вариантом представляется на кафедру на повторную проверку.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачтено»	5, 4, 3
«незачтено»	2

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (КР)

КР № 1

Тема 1.1. Применение технологических новаций в туристской сфере

Задание:

1. Проанализируйте основные результаты развития внутреннего туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>.

2. Проанализируйте основные результаты развития выездного туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>.

Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>

3. В одной программе тура в Париж обозначены экскурсии в Версаль, на Монмартр, в Лувр, в другой — посещение этих же туристических объектов. Назовите два принципиальных отличия этих программ.

КР № 2

Тема 1.2. Применение современного программного обеспечения в туризме

Задание:

1. Проанализируйте основные результаты развития въездного туризма в Российской Федерации за последние три года, приведенные на сайте Федерального агентства по туризму по адресу: <http://www.russiatourism.ru/>

3. Приведите примеры реализации основных принципов экологического туризма в Российской Федерации.

КР № 3

Тема 1.3. Тренинг «Разработка конкурентоспособного турпродукта с использованием современных технологических новаций»

Задание:

1. Проведите статистический анализ развития туризма в вашей области (крае или городе) за последние пять лет.

2. Перечислите не менее пяти федеральных законов, имеющих отношение к туристской деятельности в Российской Федерации.

КР № 4

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Задание:

1. Менеджеры турагентства оформляли туристов по одному маршруту в течение рабочего дня. Первый менеджер работал семь часов и оформил 18 туристов, второй работал три часа и оформил 10 туристов, третий работал пять часов и оформил 14 туристов, четвертый работал восемь часов и оформил 20 туристов. Определите среднее время в турагентстве, затраченное одним менеджером на оформление одного туриста. Назовите применяемую формулу для расчета и обоснуйте целесообразность ее применения. Сделайте выводы.

2. Приведите примеры участия государства в регулировании туристской деятельности в целом в России и в вашем регионе.

КР № 5

Тема 2.2. Организация продаж туристского продукта

Задание:

1. Информация для потребителей туристских услуг подразделяется на группы: реклама, необходимая информация, справочная информация, сопутствующая информация.

Охарактеризуйте каждую группу информации. Что понимается под правом туриста на информацию? Какова ответственность за непредоставление или предоставление неполной и недостоверной информации?

КР № 6

Тема 2.3. Продвижение туристского продукта

Задание:

1. Используя электронную таблицу Excel, постройте линию тренда (линейный прогноз) на среднесрочный период (7—8 лет) числа российских туристов, выезжающих за границу, на основе условных данных:

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего, млн человек	2,2874	3,3717	4,3963	5,4005	7,1408	7,4723	6,9024

В каком году численность выезжающих за рубеж туристов теоретически удвоится по сравнению с 2016 г. Почему линейный тренд часто не отражает реальную статистическую ситуацию?

2. Перечислите основные права, предоставленные туристу российским и международным законодательствами.

КР № 7

Тема 2.4. Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»

Задание:

1. Составьте и обоснуйте краткосрочный прогноз (на три года) изменения численности российских туристов, выезжающих за рубеж. При анализе используйте нижеприведенные данные и данные Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации (сайт <http://www.russiatourism.ru/>).

КР № 8

Тема 3.1 Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов

Задание:

1. В литературе по туризму можно прочесть, что турфирма предоставляет туристам различные услуги, составляющие в совокупности турпакет, что находит отражение в договоре. Но ни туроператор, ни турагент, как правило, не оказывают ни одну из заявляемых услуг — перемещением занимаются транспортные организации, услугами гостеприимства — предприятия размещения и т.д. Что же в таком случае на самом деле предоставляет турфирма туристу?

КР № 9

Тема 3.2 Использование информационно-коммуникативных технологий в обслуживании туристов

Задание:

1. Обоснуйте необходимость использования статистических данных в работе:

а) турфирмы;

б) регионального государственного органа, регулирующего туристскую сферу.

2. Туристическая фирма опубликовала в журнале условия конкурса с награждением победителя. Внезапно ее финансовое состояние ухудшается. Может ли турфирма отказаться от проведения этого конкурса? Дайте аргументированный ответ, основанный на законодательном акте.

3. Жители Приморского края часто выезжают на два — три дня в приграничный китайский город Хуньчунь. Владельцы местных магазинов, массажных салонов и прочих предприятий сферы услуг заключают неофициальные соглашения с русскими гидами, чтобы они приводили к ним туристов, получая при этом 5-10% от суммы покупок всей группы. Естественно, качество услуг при этом снижается: зачем стараться, если туристы не пойдут к конкурентам?

КР № 10

Тема 3.3 Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»

Задание:

1. Федеральная служба государственной статистики ежегодно приводит данные о числе выездов российских граждан за границу. В статистике выезда на протяжении последних лет

отчетливо выделяются три страны, лидирующие по числу прибытий россиян и три страны — аутсайдеры, туристский поток в которые минимален. Не обращаясь к опубликованным статистическим показателям, на основе имеющихся у вас знаний направлений туристских потоков назовите эти страны. Результаты занесите в таблицу в виде рангов. Сравните полученные данные с официальной статистикой, размещенной на сайте Росстата: www.gks.ru. Объясните причины высокой и низкой туристской посещаемости выбранных стран.

Методические указания по выполнению контрольной работы

Цель контрольной работы - привить студентам элементарные навыки научно-исследовательской работы, научить пользоваться научной и методической литературой, самостоятельно и творчески анализировать её, излагать полученные данные в письменном виде.

Темы контрольных работ устанавливаются преподавателем кафедры читаемой дисциплины соответственно учебному плану и программе учебной дисциплины.

1. Основные требования и рекомендации при выполнении контрольной работы

1. Контрольная работа должна отражать современное состояние вопроса в теории и практике управления в сфере физической культуры и спорта.

2. Тема контрольной работы выбирается из предлагаемого кафедрой списка каждым студентом самостоятельно с учётом своих возможностей, интересов, профиля работы и педагогического опыта. Работы, выполненные не по предлагаемой тематике, не принимаются.

3. После выбора темы необходимо приступить к подбору литературных источников и ознакомлению с их содержанием.

Работа с литературой требует конспектирования. Существует несколько способов конспектирования: изложение мысли автора собственными словами, выборочное цитирование необходимых мест подлинника и совмещение того и другого. Целесообразнее использовать третий способ. После ознакомления с литературой составляется содержание контрольной работы.

4. В содержание должны быть три основных раздела:

- введение, в котором излагается обоснование темы (1 -2 стр.);

- основная часть содержит несколько пунктов, раскрывающих содержание контрольной работы. В ней студент показывает умение самостоятельно работать с литературными источниками, творчески мыслить, сочетать методические и научные знания с требованиями практики (6-8 стр.);

- заключение, в котором даются обобщающие тему выводы (1 -2 стр.).

Введение и заключение тесно связываются с основным разделом контрольной работы.

Хорошо продуманное содержание облегчает дальнейшую работу над темой, делает ее стройной и конкретной.

5. В содержании указываются страницы, на которых раскрываются те или иные вопросы темы. Материал по теме излагается строго по указанному плану. Каждый ответ на вопрос должен иметь заголовок в тексте работы.

6. Работа строится на основе анализа 4-6 источников литературы (статей, методических пособий и пр.). Важно общетеоретические положения проиллюстрировать примерами из практики. Содержание контрольной работы должно быть обоснованным и убедительным, текст написан литературным языком, грамотно.

7. Содержание следует раскрывать в собственном изложении. Прямое заимствование из текста источника (переписывание) недопустимо. Контрольная работа, выполненная на основе материала учебника без привлечения дополнительной литературы, не зачитывается.

8. В тексте обязательно должны быть ссылки на изученные работы. Переложение мысли автора или дословное цитирование сопровождается ссылкой с указанием инициалов,

фамилии автора, а затем, через запятую - года издания упомянутого источника. Например: (В. М. Петров, 2019). Цитаты заключаются в кавычки.

9. Если в тексте контрольной работы есть рисунки, графики, таблицы, заимствованные из литературных источников, то в подписях к ним даются ссылки на авторов. Например, (по Фадееву В. П., 2019).

10. В конце контрольной работы помещается список литературы, он нумеруется, а авторы перечисляются в алфавитном порядке. Запись источника осуществляется в соответствии с требованиями библиографического описания.

Каждая ссылка в тексте должна иметь соответствующий источник в списке использованной литературы.

2. Требования к оформлению контрольной работы

1. Контрольная работа имеет титульный лист.

2. На второй странице пишется содержание работы с указанием страниц каждого раздела и подпунктов. Разделы начинаются с нового листа, подпункты продолжают друг за другом. В конце работы прилагается список литературы.

3. Контрольная работа, удовлетворяющая всем перечисленным требованиям, получает «зачёт» (оценка дифференцированная).

Положительная оценка за контрольную работу дает право на сдачу экзамена по дисциплине. При отрицательной оценке работа возвращается студенту для устранения недостатков. Исправленная контрольная работа вместе с предыдущим вариантом представляется на кафедру на повторную проверку.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачтено»	5, 4, 3
«незачтено»	2