

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

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

  
Н.Л. Ткаченко  
«30» августа 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института индустрии туризма и  
гостеприимства

  
А.А. Иванцов  
«30» августа 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Организация турагентской деятельности

индекс по учебному плану: **Б1.В.05**

направление подготовки: **43.03.02 Туризм**

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

<b>Общая трудоемкость</b> (в академических часах / ЗЕ)	<b>180 час. / 5 ЗЕ</b>	
в том числе по формам обучения:	<b>очная</b>	<b>заочная</b>
<b>Аудиторная работа</b> (контактная работа)	60	20
из них:		
лекции	20	12
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	40	8
<b>Самостоятельная работа</b>	84	151
<b>Контроль</b>	36	9
<b>Форма промежуточной аттестации</b>		
Экзамен	6 семестр	3 курс
Курсовая работа	6 семестр	3 курс

Рабочая программа Организация турагентской деятельности составлена на основании ФГОС высшего образования, утвержденного Минобрнауки РФ от «8» июня 2017 г. № 516, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, профиль (направленность): Технологии туроператорской и турагентской деятельности.

Разработчик рабочей программы Делия В.П. – профессор Делия В.П.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры туризма 30. 08. 2021 г.

Заведующий кафедрой туризма А. Коршунов канд. социол. наук, доц. Коршунов А.В.

СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела методического обеспечения и контроля качества образовательного процесса Федорова О.В. Федорова О.В.

Специалист по УМР отдела методического обеспечения и контроля качества образовательного процесса Катунина Е.И. Катунина Е.И.

## **1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

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

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину Организация турагентской деятельности и студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, обучающихся по профилю подготовки Технологии туроператорской и турагентской деятельности.

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 516 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 47223);
- учебным планом по образовательной программе бакалавриата направления подготовки 43.03.02 Туризм, профиль Технологии туроператорской и турагентской деятельности, утвержденным в 2019 г.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью освоения дисциплины «Организация турагентской деятельности» является формирование универсальной компетенции УК-6 – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; общепрофессиональных компетенций и обязательной профессиональной компетенции – способности осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4) и способности организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности (ПКО-1).

Задачи дисциплины:

- ознакомление обучающихся с задачами и условиями осуществления туроператорской деятельности;
- формирование способности студентов осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продвижение и реализацию туристского продукта;
- обучение студентов методам и приемам организации работы исполнителей для решения профессиональных задач, в частности формирования туристского продукта.

## **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

В структуре основной образовательной программы дисциплина «Организация турагентской деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах: Туристское страноведение, Природное наследие как объект туроперейтинга, Краеведение, Информационно-коммуникативные и ГИС-технологии в туризме, Туристские формальности.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин: Технология создания турпродукта, Организация обслуживания экскурсионных групп, Управление туристской фирмой, Анимация в туризме.

#### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
<p><b>УК-6.</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>УК-6.1.</b> Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p> <p><b>УК-6.2.</b> Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p><b>УК-6.3.</b> Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p><b>УК-6.4.</b> Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p> <p><b>УК-6.5.</b> Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определение, содержание и условия осуществления туроператорской деятельности;</li> <li>– основные задачи туроператорской деятельности;</li> <li>– правовые, нормативно-технические и организационные основы туроператорской деятельности;</li> <li>– методы прогнозирования спроса на рынке туристских услуг.</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективно применять на практике знания технологии и методики формирования, продвижения и реализации турпродукта;</li> <li>– применять методы исследования предпочтений и потребностей потенциальных потребителей;</li> <li>– использовать инновационные технологии в туроператорской деятельности;</li> <li>– формулировать концепции новых турпродуктов и оценивать результаты их внедрения;</li> <li>– применять полученные знания в нестандартных ситуациях.</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования новых турпродуктов;</li> <li>– формирования</li> </ul>

	<p><b>УК-6.4.</b> Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p> <p><b>УК-6.5.</b> Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков</p>	<p>турпродуктов;  – организации и проведения продвижения турпродуктов;  – организации обслуживания туристских групп.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>ОПК-1</b> – способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере</p>	<p><b>ОПК-1.1</b> Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p> <p><b>ОПК-1.2</b> Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные методические подходы к исследованию рынка туристских услуг;</li> <li>– основные принципы технологии формирования турпродукта;</li> <li>– методы продвижения и реализации турпродукта;</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать маркетинговые новации при формировании новых турпродуктов;</li> <li>– проводить исследования туристского рынка;</li> <li>– разрабатывать планы проведения рекламной компании по продвижению турпродуктов;</li> <li>– оценивать уровень качества в обслуживании туристских групп;</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения опроса потенциальных потребителей с целью выявления их потребностей и запросов;</li> <li>– проведения анализа предложений конкурентов;</li> <li>– формирования новых турпродуктов;</li> <li>– работы с туристическими агентствами по продвижению и реализации турпродуктов;</li> <li>– разработки мероприятий по продвижения турпродуктов компании;</li> <li>– продвижения турпродуктов в социальных сетях.</li> </ul>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>ПКО-3</b> – Способен разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p><b>ПКО-3.1</b> Осуществляет подбор эффективных технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий в соответствии с профессиональными задачами деятельности</p> <p><b>ПКО-3.2</b> Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансовыми экономическими процессами туристской деятельности</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные правила, методы для разработки технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методы и приемы планирования, организации и мотивации деятельности сотрудников;</li> <li>– определять производственно-экономические показатели предприятия туристской сферы;</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– расчета эффективности деятельности предприятия;</li> <li>– организации работы исполнителей проектов в туристской сфере.</li> </ul>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, включая сдачу экзамена.

### 5.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

#### Очная форма обучения

	Номера и наименования разделов и тем	Всего часов.	Контактная работа				СРС	Код компетенции	
			всего	в т.ч.					
				Л	Сем и-нары	Практ. занятия			Др. виды работы
<b>6 семестр</b>									
<b>Раздел 1. Правовые и финансовые аспекты турагенской деятельности</b>									
1	Тема 1.1. Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации	8	2	2		-		6	УК-6 ОПК-1

2	Тема 1.2. Условия осуществления турагентской деятельности	8	2	2		-		6	УК-6 ОПК-1
3	Тема 1.3. Виды и специфика деятельности турагентских компаний	12	6	2		4		6	УК-6 ОПК-1
<b>Раздел 2. Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта</b>									
4	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
5	Тема 2.2. Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта	8	2	2		-		6	УК-6 ОПК-1
6	Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
7	Тема 2.4. Технология формирования турпродукта	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
<b>Раздел 3. Продвижение и реализация турпродукта</b>									
8	Тема 3.1 Основные формы и методы продвижения турпродукта	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
9	Тема 3.2 Формирование сбытовой сети	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
10	Тема 3.3 Особенности реализации турпродукта	11	5	1		4		6	УК-6 ОПК-1
11	Тема 3.4 Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта	9	5	1		4		4	УК-6 ОПК-1
<b>Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме</b>									
12	Тема 4.1 Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме	9	5	1		4		4	УК-6 ПКО-3
13	Тема 4.2 Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме	6	2	2		-		4	УК-6 ПКО-3
14	Тема 4.3 Обеспечение безопасности в сфере туризма	5	1	1		-		4	УК-6 ПКО-3
15	Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний	13	5	1		4		8	УК-6 ПКО-3
	Экзамен	36							УК-6 ОПК-1 ПКО-3
	Всего часов	180	60	20		40		84	

### Заочная форма обучения

	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа				СРС	Код компетенции
			всего	в т.ч.				
				Л	Сем и-нары	Практ. занятия		
<b>3 курс</b>								



Раздел 1. Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности									
1	Тема 1.1. Способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации. Условия осуществления туроператорской деятельности	16	1	1		-		15	УК-6 ОПК-1
Раздел 2. Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта									
2	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	16	1	1		-		15	УК-6 ОПК-1
3	Тема 2.2. Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта	16	1	1		-		15	УК-6 ОПК-1
4	Тема 2.3. Технология формирования турпродукта	20	5	1		4		15	УК-6 ОПК-1
Раздел 3. Продвижение и реализация турпродукта									
5	Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта	20	5	1		4		15	УК-6 ОПК-1
6	Тема 3.2. Формирование сбытовой сети	16	1	1		-		15	УК-6 ОПК-1
7	Тема 3.3. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта	16	1	1		-		15	УК-6 ОПК-1
Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме									
8	Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп	16	1	1		-		15	УК-6 ПКО-3
9	Тема 4.2. Обеспечение безопасности в сфере туризма	17	2	2		-		15	УК-6 ПКО-3
10	Тема 4.3. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний	18	2	2		-		16	УК-6 ПКО-3
	Экзамен	9		12		8			
	Всего часов	180						151	

## 5.2. Тематическое содержание дисциплины

### Раздел 1. Правовые и финансовые аспекты турагентской деятельности

#### Тема 1.1. Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации

##### Содержание темы:

Основные понятия: туризм, туристская деятельность, турагентская деятельность, туризм выездной, туризм въездной, туризм внутренний, туристский продукт. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Стратегия развития туризм до 2035 года. Государственный надзор в сфере туристской деятельности. ГОСТы в туризме. Закон «Об основах туристской деятельности в РФ».

#### Тема 1.2. Условия осуществления турагентской деятельности

##### Содержание темы:

Закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Единый федеральный реестр туроператоров. Объединения туроператоров в сфере выездного туризма. Ассоциация

«Турпомощь». Требования к предоставляемому финансовому обеспечению ответственности туроператора. Договор страхования ответственности туроператора.

### **Тема 1.3. Виды и специфика деятельности турагентских компаний**

#### **Содержание темы:**

Особенности выездного, въездного и внутреннего туроперейтинга. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Сегментирование туристского рынка (географический, экономический принципы, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристских предпочтений). Туроператоры массового рынка. Специализированные туроператоры. Рецептивные и инициативные туроператоры. Схемы сотрудничества. Рабочие циклы в деятельности туроператоров

Самостоятельная подготовка и презентация тематических блоков:

«Анализ деятельности туроператорских компаний, классификация московских туроператоров по направлениям».

## **Раздел 2. Туристский рынок и особенности формирования туристского продукта**

### **Тема 2.1 Методы исследования туристского рынка**

#### **Содержание темы:**

Способы исследования рынка Виды маркетинговых исследований. Опрос – способ получения информации через выяснение мнений людей. Правила проведения опроса и анкетирования. Характеристика потребителей туристского продукта. Исходный турпродукт. Анализ аналогичных предложений на рынке с помощью информационно-поисковых систем. Оценка конкурентоспособности и эффективности туристских программ.

### **Тема 2.2. Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта**

#### **Содержание темы:**

Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Базовая услуга. Компоненты туристского продукта. Основные туристские услуги, дополнительные туристские услуги и товары. Свойства и особенности турпродукта. Товарная форма турпродукта. Виды турпродукта.

### **Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг**

#### **Содержание темы:**

Критерии оценки потенциальных партнеров по предоставлению туристских услуг. Формы сотрудничества: прямая организация туров, опосредованная организация туров. Технология организации транспортного обеспечения. Технология организации услуг размещения и питания: элотмент, комитмент, разовые заявки. Требования к отелям, классификация отелей.

### **Тема 2.4. Технология формирования турпродукта**

#### **Содержание темы:**

Стадии создания турпродукта: проектирование турпродукта, формирование турпродукта. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Изучение ресурсов выбранной дестинации, определение концепции нового турпродукта, оптимальный отбор туристских услуг для формирования турпродукта, выбор партнеров и схемы работы в дестинации. Заказные, пакетные, компромиссные туры. Оформление

технологической карты маршрута. Калькуляция стоимости турпродукта. Технологии динамического пакетирования

### **Раздел 3. Продвижение и реализация турпродукта**

#### **Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта**

##### **Содержание темы:**

Продвижение турпродукта. Процесс планирования продвижения турпродукта: определение целей, существующих рынков, групп потребителей, торговых посредников и других групп, на которых ориентирована деятельность по продвижению. Определение бюджета. Методы и инструменты продвижения, выбор оптимальных online и offline инструментов продвижения. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения турпродукта. Инструменты Digital-маркетинга. Определение методов, с помощью которых можно оценить результаты работы в области продвижения турпродукта. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта, личные продажи, реклама, не рекламные методы продвижения турпродукта и пропаганда (PR) турпродукта.

#### **Тема 3.2. Формирование сбытовой сети**

##### **Содержание темы:**

Подбор партнеров по сбыту. Принципы формирования сбытовой сети туроператоров. Уполномоченные агентства, франчайзинговые агентства. Условия сотрудничества туроператоров и турагентств. Бонусные и другие программы лояльности. Агентское соглашение: актуальные требования.

#### **Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта**

##### **Содержание темы:**

Основные формы реализации туристского продукта. Собственные бюро продаж. Прямые туроператорские продажи – on-line канал. Продажи пакетных туров через онлайн-агрегаторов. Создание мобильных каналов в онлайн-продажах. Продажи в сегменте b2b, реализация через контрагентскую сеть. Документальное оформление правоотношений. Документы для заказа (заявка, лист бронирования, подтверждение бронирования). Электронная путевка.

#### **Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта**

##### **Содержание темы:**

Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и реализации турпродуктов. Разработка мультимедийных приложений для объектов показа, использование QR-кодов для формирования запросов. Внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.

### **Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме**

#### **Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме**

##### **Содержание темы:**

Понятие и сущность стандартов обслуживания. Организация процесса обслуживания туристических потоков. Стратегия и менеджмент обслуживания. Критерии качества обслуживания в туризме. Основы технологии обслуживания во внутреннем туризме.

Особенности организации обслуживания сборных групп туристов. Анимация в туризме.

#### **Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме**

##### **Содержание темы:**

Основы технологии обслуживания во въездном туризме. Особенности организации обслуживания иностранных туристов: аккредитация в МИД РФ, туристические приглашения, регистрация иностранных граждан. Электронные визы. Специфика работы гидов и сопровождающих с иностранными группами.

#### **Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма**

##### **Содержание темы:**

ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия. Способы снижения рисков при совершении путешествий. Требования к туроператорским организациям по обеспечению безопасности туристов. Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности. Страхование туристов.

#### **Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность турагентских компаний**

##### **Содержание темы:**

Онлайн-решения и технологии в турагентской деятельности. Потенциал IT-продуктов в индустрии путешествий. Развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг. Стартапы в области туризма. Динамическое пакетирование. Туристическая сеть Peakwork.

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **6.1. Нормативные акты**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. 08.06.2020).

#### **6.1.1. Основная литература**

1. Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности: учебник / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-406-00585-9. — URL: <https://www.book.ru/book/934226> (дата обращения: 03.09.2020). — Текст: электронный.

2. Веткин, В.А. Технология создания массового турпродукта : учебно-методическое пособие / Веткин В.А., Винтайкина Е.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 247 с. — ISBN 978-5-4365-4912-5. — URL: <https://book.ru/book/937006> (дата обращения: 18.06.2020). — Текст : электронный.

3. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для вузов / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07374-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452660>

#### **6.2. Дополнительная литература**

1. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма: учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453374>

2. Чудновский, А.Д. Формирование потребительских предпочтений в туристско-рекреационных комплексах России: учебное пособие / Чудновский А.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 482 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-07029-1. — URL: <https://book.ru/book/932290>

(дата обращения: 18.06.2020). – Текст: электронный.

3. Отчет о НИР «Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья» (библиотека МГИФСиТ).

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»**

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>].

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

включает перечень информационно-справочных систем:

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

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.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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.

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся**

Студентам необходимо ознакомиться:

– с содержанием рабочей программы дисциплины (далее – РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися на образовательном

портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей данной кафедры.

*Советы по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины.* 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 (теоретический курс)**

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 практическим (семинарским) занятиям**

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям 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 семинара 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:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах 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**

**Образовательная технология** (технология в сфере образования) – это совокупность научно и практически обоснованных методов, и инструментов для достижения запланированных результатов в области образования. Применение конкретных образовательных технологий в учебном процессе определяется спецификой учебной деятельности, ее информационно-ресурсной основы и видов учебной работы.

Контактная работа обучающихся с преподавателем по данной дисциплине включает в себя занятия лекционного типа, занятия семинарского типа, групповые консультации, а при необходимости – индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, а также аттестационные испытания промежуточной аттестации обучающихся.

Контактная работа обучающихся с преподавателем может быть, как аудиторной, так и внеаудиторной.

В процессе преподавания дисциплины предусмотрено применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги, анализ ситуаций и имитационных моделей и т.д.) с учетом профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

**1. Традиционные образовательные технологии** ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

*Примеры форм учебных занятий с использованием традиционных технологий:*

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Семинар – эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

**2. Технологии проблемного обучения** – организация образовательного процесса, которая предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций для стимулирование активной познавательной деятельности студентов.

*Примеры форм учебных занятий с использованием технологий проблемного обучения:*

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция «вдвоем» (бинарная лекция) – изложение материала в форме диалогического общения двух преподавателей (например, реконструкция диалога представителей различных научных школ, «ученого» и «практика» и т.п.).

Практическое занятие в форме практикума – организация учебной работы, направленная на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения как научно-теоретических знаний, так и практических навыков.

Практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс-стади») – обучение в контексте моделируемой ситуации, воспроизводящей реальные условия научной, производственной, общественной деятельности. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

**3. Игровые технологии** – организация образовательного процесса, основанная на реконструкции моделей поведения в рамках предложенных сценарных условий.

*Примеры форм учебных занятий с использованием игровых технологий:*

Деловая игра – моделирование различных ситуаций, связанных с выработкой и принятием совместных решений, обсуждением вопросов в режиме «мозгового штурма», реконструкцией функционального взаимодействия в коллективе и т.п.

Ролевая игра – имитация или реконструкция моделей ролевого поведения в предложенных сценарных условиях.

**4. Технологии проектного обучения** – организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы студентов, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

*Основные типы проектов:*

Исследовательский проект – структура приближена к формату научного исследования (доказательство актуальности темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, выдвижение гипотезы, обобщение результатов, выводы, обозначение новых проблем).



Творческий проект, как правило, не имеет детально проработанной структуры; учебно-познавательная деятельность студентов осуществляется в рамках рамочного задания, подчиняясь логике и интересам участников проекта, жанру конечного результата (газета, фильм, праздник и т.п.).

Информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

**5. Интерактивные технологии** – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий. Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

*Примеры форм учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:*

Лекция «обратной связи» – лекция-провокация (изложение материала с заранее запланированными ошибками), лекция-беседа, лекция-дискуссия.

Семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе.

**6. Информационно-коммуникационные образовательные технологии** – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

*Примеры форм учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:*

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред.

По дисциплине для формирования соответствующих компетенций при реализации различных видов учебной работы используются следующие образовательные технологии:

**1. Традиционные:**

- устный опрос (УО);
- письменное задание (ПЗ).

**2. Активные:**

- диалоговая лекция (ДЛ);
- текущее компьютерное задание (КЗ).

**3. Интерактивные:**

- Ролевая игра (РИ);
- компьютерная презентация (КП).

## **12. 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. 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.

### **13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Приложение к рабочей программе дисциплины)**

#### **13.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Формируемые</b>	<b>Знания, умения, навыки</b>	<b>Средства оценки</b>
--------------------	-------------------------------	------------------------

<b>компетенции</b>		
<p><b>УК-6.</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание и условия осуществления туроператорской деятельности;</li> <li>– правовые, нормативно-технические и организационные основы туроператорской деятельности;</li> <li>– методы прогнозирования спроса на рынке туристских услуг.</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективно применять на практике знания технологии и методики формирования, продвижения и реализации турпродукта;</li> <li>– применять методы исследования предпочтений потенциальных потребителей;</li> <li>– использовать инновационные технологии в туроператорской деятельности;</li> <li>– формулировать концепции новых турпродуктов и оценивать результаты их внедрения;</li> <li>– применять полученные знания в нестандартных ситуациях.</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования новых турпродуктов;</li> <li>– формирования турпродуктов;</li> <li>– организации и проведения продвижения турпродуктов;</li> <li>– организации обслуживания туристских групп</li> </ul>	<p><b>Этап 1.</b> Формирование базы знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– лекции;</li> <li>– практические занятия по темам теоретического содержания;</li> <li>– самостоятельная работа студентов по вопросам тем теоретического содержания.</li> </ul> <p><b>Этап 2.</b> Формирование навыков практического использования знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практические занятия;</li> <li>– ситуационные задачи;</li> <li>– самостоятельная работа по решению ситуационных заданий.</li> </ul> <p><b>Этап 3.</b> Проверка усвоения материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проверка решений самостоятельно выполненных практических и ситуационных задач;</li> <li>– анализ и оценка активности и эффективности участия в практических занятиях;</li> <li>– тестирование текущих знаний;</li> <li>– контрольные задания;</li> <li>– итоговый контроль по дисциплине</li> </ul>
<p><b>ОПК-1.</b> Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные методические подходы к исследованию рынка туристских услуг;</li> <li>– основные принципы технологии формирования турпродукта;</li> <li>– методы продвижения и реализации турпродукта;</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать маркетинговые новации при формировании</li> </ul>	<p><b>Этап 1.</b> Формирование базы знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– лекции;</li> <li>– практические занятия по темам теоретического содержания;</li> <li>– самостоятельная работа студентов по вопросам тем теоретического содержания.</li> </ul>

	<p>новых турпродуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить исследования туристского рынка;</li> <li>– разрабатывать планы проведения рекламной компании по продвижению турпродуктов;</li> <li>– оценивать уровень качества в обслуживании туристских групп;</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения опроса потенциальных потребителей с целью выявления их потребностей и запросов;</li> <li>– проведения анализа предложений конкурентов;</li> <li>– формирования новых турпродуктов;</li> <li>– работы с туристическими агентствами по продвижению и реализации турпродуктов;</li> <li>– разработки мероприятий по продвижению турпродуктов компании;</li> <li>– продвижения турпродуктов в социальных сетях</li> </ul>	<p><b>Этап 2.</b> Формирование навыков практического использования знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практические занятия;</li> <li>– ситуационные задачи;</li> <li>– самостоятельная работа по решению ситуационных заданий.</li> </ul> <p><b>Этап 3.</b> Проверка усвоения материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проверка решений самостоятельно выполненных практических и ситуационных задач;</li> <li>– анализ и оценка активности и эффективности участия в практических занятиях;</li> <li>– тестирование текущих знаний;</li> <li>– контрольные задания;</li> <li>– итоговый контроль по дисциплине</li> </ul>
<p><b>ПКО-3.</b> Способен Разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p><b>Знает</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные правила, методы и приемы подбора и управления персоналом;</li> <li>– основные методики экономической эффективности деятельности предприятия</li> </ul> <p><b>Умеет</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методы и приемы планирования, организации и мотивации деятельности сотрудников;</li> <li>– определять производственно-экономические показатели предприятия туристской сферы;</li> </ul> <p><b>Имеет опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– расчета эффективности деятельности предприятия;</li> <li>– организации работы исполнителей проектов в туристской сфере</li> </ul>	<p><b>Этап 1.</b> Формирование базы знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– лекции;</li> <li>– практические занятия по темам теоретического содержания;</li> <li>– самостоятельная работа студентов по вопросам тем теоретического содержания.</li> </ul> <p><b>Этап 2.</b> Формирование навыков практического использования знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практические занятия;</li> <li>– ситуационные задачи;</li> <li>– самостоятельная работа по решению ситуационных заданий.</li> </ul> <p><b>Этап 3.</b> Проверка усвоения материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проверка решений</li> </ul>

		самостоятельно выполненных практических и ситуационных задач; – анализ и оценка активности и эффективности участия в практических занятиях; – тестирование текущих знаний; – контрольные задания; – итоговый контроль по дисциплине
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 13.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

<b>Описание показателей</b>	
<b>Этап 1:</b> Формирование базы знаний	– посещение лекционных и практических занятий; – ведение конспекта лекций
<b>Этап 2:</b> Формирование навыков практического использования знаний	– правильное и своевременное выполнение практических заданий по разрешению поставленных проблем; – обоснованное решение ситуационных задач; – наличие правильно выполненной самостоятельной работы
<b>Этап 3:</b> Проверка усвоения материала	– степень активности и эффективности участия студента по итогам каждого практического занятия; – успешное прохождение тестирования; – выполнение самостоятельных работ, в том числе домашних заданий; – результаты зачета
<b>Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования</b>	
<b>Этап 1:</b> Формирование базы знаний	– посещение лекционных и практических занятий не менее 80%; – наличие конспекта лекций по всем темам, вынесенным на лекционное обсуждение не менее 60% – участие в обсуждении теоретических вопросов тем на каждом практическом занятии не менее 50%
<b>Этап 2:</b> Формирование навыков практического использования знаний	– студент должен знать сущность и специфику дисциплины с правильностью не менее 60%; – может определить основные направления исследований в сфере экскурсоведения, источники и виды информации с правильностью не менее 60%; – может анализировать и оценивать информацию; планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа с правильностью не менее 60%; – владеет способностью сбора и анализа информации с правильностью не менее 60%; – владеет способностью корректно формулировать задачи своей деятельности, устанавливать их взаимосвязи, строить модели систем задач, анализировать, диагностировать причины появления проблем с правильностью не менее 60%

<p><u>Этап 3:</u> Проверка усвоения материала</p>	<p>– тестовые задания и задачи решены самостоятельно, в отведенное время, результат выше пороговых значений с правильностью не менее 60%</p> <p>Оценка «5» ставится при наличии 90-100% правильных ответов или решений;</p> <p>Оценка «4» ставится при наличии 75-89% правильных ответов или решений;</p> <p>Оценка «3» ставится при наличии 60-74% правильных ответов или решений</p>
<p><b>Описание шкал оценивания</b></p>	
<p>Оценивание результатов письменного экзамена</p>	<p>Ответ студента на экзамене оценивается на:</p> <p>«отлично» - если ответы на <b>все</b> вопросы билета полные, изложены в логической последовательности, студент владеет профессиональной терминологией, ориентируется в нормативных документах, решение практических заданий к билету верное, выполнено без ошибок и последовательно;</p> <p>«хорошо» - допущена одна негрубая ошибка или не более двух недочетов;</p> <p>«удовлетворительно» - в ответах на <b>все</b> вопросы билета имеется одна грубая ошибка и не более одной негрубой ошибки или грубые ошибки отсутствуют, но допущено две или более негрубых ошибок;</p> <p>«неудовлетворительно» выставляется в случае, когда количество неправильных ответов превышает количество допустимых для положительной оценки или отсутствует ответ на один из вопросов (либо ответ дан неправильно).</p>
<p>Оценивание результатов работы в группе на практических занятиях</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оценка «отлично» выставляется каждому студенту в группе, чье решение или расчет оказался наиболее продуманным, логичным и предусматривающий большее количество особенных ситуаций;</li> <li>– оценка «хорошо» выставляется каждому студенту в группе, чей расчет имеет незначительные нарушения;</li> <li>– оценка «удовлетворительно» выставляется каждому студенту в группе, чей расчет имеет нарушения, но в целом задание выполнено;</li> <li>– оценка «неудовлетворительно» выставляется каждому студенту группы, если расчет произведен с грубыми нарушениями и не соответствует поставленной задаче.</li> </ul>
<p>Оценивание результатов индивидуального контроля на практическом занятии</p>	<p>Шкала оценивания:</p> <p>«Отлично» - вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики в соответствии с нормами права и теоретическим материалом.</p> <p>«Хорошо» - вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.</p> <p>«Удовлетворительно» - вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.</p> <p>«Неудовлетворительно» - ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.</p>
<p>Оценивание результатов тестирования и контрольных срезов</p>	<p>Репродуктивность знаний: ответ/метод решения заданий закрытого типа совпадает с установленным в тесте.</p> <p>Умения, навыки: в работе демонстрируется умение самостоятельного решения заданий открытого типа рекомендованными методами.</p> <p>Шкала оценивания при тестировании:</p> <p>«отлично» - 90-100% правильных ответов;</p>

	<p>«хорошо» - 75-89% правильных ответов;  «удовлетворительно» - 60-74% правильных ответов;  «неудовлетворительно» - 59% и меньше правильных ответов.</p>	
Оценивание результатов решения ситуационных задач	<p>Шкала оценивания:</p> <p>«отлично» - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на правовой акт или экономический закон, дал математическую интерпретацию, использовал иные теоретические знания на практике.</p> <p>«хорошо» - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на нормативный документ или научные законы;</p> <p>«удовлетворительно» - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками обыденного мышления;</p> <p>«неудовлетворительно» - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.</p>	
Оценивание докладов, рефератов, эссе	1. Знание и понимание теоретического материала.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;</li> <li>– используемые понятия строго соответствуют теме;</li> <li>– самостоятельность выполнения работы.</li> </ul>
	2. Анализ и оценка информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно применяет категории анализа;</li> <li>– умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;</li> <li>– способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению;</li> <li>– студент использует большое количество различных источников информации;</li> <li>– дает личную оценку проблеме;</li> </ul>
	3. Построение суждений	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ясность и четкость изложения;</li> <li>– выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;</li> <li>– приводятся различные точки зрения и их личная оценка.</li> <li>– общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи.</li> </ul>
	4. Оформление работы	<ul style="list-style-type: none"> <li>– работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат;</li> <li>– соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;</li> <li>– оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.</li> </ul>
– оценка «отлично» выставляется студенту, если работа отвечает всем		

	<p>4 критериям</p> <p>– оценка «хорошо» если работа отвечает всем 3 критериям</p> <p>– оценка «удовлетворительно» если работа отвечает 2 критериям</p> <p>оценка «неудовлетворительно» если работа не отвечает критериям</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

#### **13.3.1. Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации**

##### **Примерные вопросы для подготовки к экзамену**

1. Основные задачи и функции турагента
2. Основные субъекты туристского рынка
3. Туристский продукт: определение, содержание. Основные потребительские свойства туристского продукта
4. Виды туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг
5. Схемы сотрудничества турагентских компаний с поставщиками транспортных услуг
6. Схемы сотрудничества турагентских компаний с поставщиками услуг размещения
7. Формы и особенности работы туроператоров выездного туризма
8. Особенности работы туроператора на внутреннем и въездном направлениях
9. Условия осуществления туроператорской деятельности в Российской Федерации.
10. Государственный надзор в сфере туристской деятельности
11. Основные положения закона «Об основах туристской деятельности в РФ»
12. Требования к предоставляемому финансовому обеспечению ответственности туроператора. Договор страхования ответственности туроператора
13. Ассоциация «Турпомощь»
14. Принципы сегментирования туристского рынка
15. Способы исследования предпочтений потребителей туристского продукта
16. Правила проведения опроса и анкетирования потенциальных потребителей
17. Методы проведения предложений на туристском рынке
18. Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания
19. Туристская услуга: понятие, виды
20. Критерии оценки потенциальных партнеров по предоставлению туристских услуг
21. Стадии создания турпродукта
22. Основные положения ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
23. Принципы отбора туристских услуг для формирования турпродукта
24. Технология формирования турпродукта
25. Виды турпродукта
26. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов

#### **13.3.2. Примерный перечень заданий для текущего контроля**

1. Основные этапы продвижения турпродукта
2. Методы и инструменты продвижения, online и offline инструменты продвижения
3. Схемы рыночных каналов продвижения турпродукта
4. Маркетинговые коммуникации для турагентств
5. Маркетинговые коммуникации для туристов
6. Принципы формирования сбытовой сети
7. Деятельность туроператорских компаний по формированию сети уполномоченных турагентств



8. Деятельность туроператорских компаний по формированию сети франчайзинговых турагентств
9. Агентское соглашение: актуальные требования
10. Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и реализации турпродуктов
11. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта
12. Онлайн-решения и технологии в туроператорской деятельности
13. Формы реализации туристского продукта
14. Этапы реализации туристского продукта
15. Существенные условия договора о реализации туристского продукта
16. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама
17. Стимулирование агентской сети
18. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации
19. Организация инфотуров
20. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании
21. Процесс внедрения новых информационных систем в турфирме
22. Понятие и сущность стандартов обслуживания
23. Организация процесса обслуживания туристических потоков. Стратегия и менеджмент обслуживания
24. Основы технологии обслуживания во внутреннем туризме
25. Особенности организации обслуживания иностранных туристов
26. Специфика работы гидов и сопровождающих с иностранными группами
27. Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия
28. Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности

### **13.3.3. Материалы для подготовки обучающихся к практическим, семинарским занятиям**

#### **Примерные ситуационные задачи для решения на практических занятиях**

##### **Ситуационная задача № 1**

В туристическую компанию поступил запрос от турфирмы г. Екатеринбурга предложить программу обслуживания и рассчитать стоимость пребывания в Москве для взрослой группы на 2 дня/1 ночь. Группа 16 чел, первый раз в Москве, обязательное посещение с экскурсией Третьяковской галереи и Усадьбы Кусково. Питание 2-х разовое. Размещение в гостинице «Космос», 2-х местн. номера стандарт.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

##### **Ситуационная задача № 2**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы г. Санкт-Петербурга составить программу пребывания в Москве для школьной группы из Санкт-Петербурга 3 дня/2 ночи. Группа (30 шк. + 3 сопр.), возраст 7-10 лет, первый раз в Москве,

кроме экскурсий, музеев в программу просят включить интерактивные экскурсии или мастер-классы. Питание 3-х разовое. Размещение экономичное, возможно хостел.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 3**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы из г. Воронежа предложить программу пребывания в Москве для школьной группы 2 дня/1 ночь. Группа (30 шк. + 3 сопр.), возраст 16-17 лет, второй раз в Москве, кроме экскурсий, музеев в программу просят включить интерактивные экскурсии или мастер-классы. Питание 2-х разовое. Размещение: 2-х местн. номера в гостинице «Альфа».

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 4**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы из Тулы предложить им программу пребывания в Москве для школьной группы 2 дня/1 ночь на литературную тематику (Л.Н. Толстой в Москве). Группа (20 шк. + 2 сопр.), возраст 16-17 лет, Питание 2-х разовое. Размещение: 2-х, 3-х, 4-х местн. номера эконом, возможно размещение в хостелах.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 5**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы из Ульяновска составить программу пребывания в Москве для школьной группы 2 дня/1 ночь на военно-патриотическую тематику. Группа (20 шк. + 2 сопр.), возраст 16-17 лет, первый раз в Москве. Питание полупансион. Размещение: 2-х, 3-х, 4-х местн. номера эконом, возможно размещение в хостелах.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 6**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы из Пскова предложить программу пребывания в Москве для школьной группы 2 дня/1 ночь на литературную тематику (А.С. Пушкин в Москве). Группа (20 шк. + 2 сопр.), возраст 16-17 лет, питание 2-х разовое. Размещение: 2-х, 3-х, 4-х местн. номера эконом, возможно размещение в хостелах.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 7**

В туроператорскую компанию поступил запрос от туристической фирмы из Новгорода предложить программу пребывания в Москве для школьной группы 2 дня/1 ночь на космическую тематику с обязательным посещением Звездного городка. Группа (20 шк. + 2 сопр.), возраст 16-17 лет, питание 2-х разовое. Размещение: 2-х местных номерах, гостиница «Альфа».

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

### **Ситуационная задача № 8**

В туроператорскую компанию поступил запрос из Университета Санкт-Петербурга с

просьбой составить программу пребывания в Москве для группы студентов, будущих архитекторов, на 3 дня/2 ночи. Группа 17 чел. Желательно включить в программу пребывания экскурсии по профессиональной тематике. Питание полупансион. Размещение: двухместные номера, гостиница Альфа.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 9**

В туристическую компанию поступил запрос от московской школы с просьбой организовать для школьной группы 11-12 лет тур в Великий Устюг на день рождения Деда Мороза на 3 дня/2 ночи, размещение в загородной резиденции Деда Мороза, номера с удобствами или с уд. на блок. Питание 3-х разовое. В программу включить по возможности больше интерактивных мероприятий. Группа 20 школьников + 2 сопр.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 10**

В туристическую компанию поступил запрос от московской школы с просьбой организовать для школьной группы 14-16 лет тур в Карелию (Петрозаводск) на зимние каникулы на 3 дня/2 ночи, размещение 2 местные номера с удобствами. Питание 3-х разовое. В программу включить по возможности больше интерактивных мероприятий. Группа 20 школьников + 2 сопр.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 11**

В туристическую компанию поступил запрос от компании Сбербанк РФ с просьбой организовать для сотрудников компании в количестве 20 чел. тур в Санкт-Петербург на 3 дня/2 ночи в июне. Размещение в 2-х местных номерах с удобствами, гостиница в центре города 3\* или 4\*, недалеко от метро. Питание 2-х разовое (завтрак, обед). В экскурсионную программу обязательно включить экскурсию в Юсуповский дворец и прогулку по каналам.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 12**

В туристическую компанию поступил запрос от компании Газпром с просьбой организовать для сотрудников компании с детьми тур в Карелию на зимние каникулы на 3 дня/2 ночи, размещение в 2-х, 3-х местных номерах с удобствами, гостиница 4\*. Питание 2-х разовое + праздничный ужин. В программу включить интерактивные мероприятия, ориентированных на детей. Группа 16 чел.+ 10 шк., 10 - 14 лет.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 13**

В туристическую компанию поступил запрос от компании Мосэнерго с просьбой организовать для сотрудников компании тур в Вологду с посещением Кирилло-Белозерского и Ферапонтова монастыря в июне-месяце на 3 дня/2 ночи, размещение в гостинице не менее 3\*, в 2 местных номерах с удобствами. Питание 2-х разовое + корпоративная вечеринка.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 14**

В туристическую компанию поступил запрос от московской школы с просьбой организовать для школьной группы 14-16 лет тур в Великий Новгород в период с 23 по 25 декабря на 3 дня/2 ночи, размещение в 2 местных номерах с удобствами. Питание 2-х разовое. В программу включить посещение музея деревянного зодчества и интерактивные мероприятия. Группа 20 школьников + 2 сопр.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача №15**

Ведущий российский туроператор получил от органов государственной власти Сибирского федерального округа заказ на разработку нового экскурсионного маршрута на 4-5 дней с посещением духовно-религиозных центров региона. В программу тура необходимо включить памятники культуры, музеи и посещение группой местного праздника. Размещение не менее чем в 3\* отеле, питание 3-х разовое, группа – 15 чел. Программа тура начинается от аэропорта в месте прибытия группы.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача № 16**

Ведущий российский туроператор получил заказ на формирование нового турпродукта для сборных групп по территории Русского Арктического Севера с включением в программу тура возможности увидеть Северное сияние и познакомиться с жизнью арктических народов. Тур на 4-5 дней, с размещением в отеле не ниже 2\*, питание 3-х разовое, группа 15 чел. Программа тура начинается от аэропорта в месте прибытия группы.

Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.

#### **Ситуационная задача 17**

Банковская компания планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Подмосковье: в будни на 2дня/1ночь. Сотрудники – молодые, активные люди, любящие спорт – просим учесть эту особенность. Требования к досугу – роликовые коньки, бассейн, большой теннис.

Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Хотелось бы, чтобы это было недалеко от Москвы (1-1,5 часа) с возможностью размещения как в корпусных зданиях, так и в коттеджах. Уровень размещения и питания должен быть высокий, не ниже 4\* европейского качества.

Компания – 42 человека. Основное размещение – в корпусе, 17 двухместных номеров (34 чел.) и 4 номера повышенной комфортности желательно в коттеджах с сауной (4 коттеджа) для размещения руководства компании по 2 чел. (всего 8 чел.). Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед.

Просим рассмотреть возможность аренды конференц-зала в 1 день (на 2 часа, зал вместимостью до 40 чел.) и банкетного зала с развлекательной программой вечером 1 дня (по особому меню и программе).

#### **Ситуационная задача 18**

Компания «Юнилевер» планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Тверь: в будни в период с 15 по 30 июня 2020 года на 2дня/1ночь. Сотрудники – немолодые, но активные люди, просим учесть эту особенность.

Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Размещение в гостинице 3\* в центре города.

Компания – 30 человека. Основное размещение – 14 двухместных номеров (28 чел.) и 2 номера одноместных. Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед.

Банкет в первый день вечером в ресторане с интересным интерьером и меню.

Просим предложить экскурсионную программу по Твери и ее окрестностям с включением в программу интерактивных элементов.

### **Ситуационная задача 19**

Компания «Мосметро» планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Елец: в выходные, с 11 по 12 ноября 2020 года на 2дня/1ночь. Сотрудники – средний возраст 40-45 лет.

Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Размещение в гостинице в центре города. Группа в количестве 20 человек. Основное размещение – 9 двухместных номеров и 1 номер люкс. Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед. Банкет в первый день вечером в ресторане, желательно с включением в меню блюд местной кухни.

Просим предложить экскурсионную программу по Ельцу, с включением в программу посещения мест, связанных с именем Бунина И.А.

### **Ситуационная задача 20**

Сбербанк РФ планирует проведение корпоративного выезда своих сотрудников в Суздаль на 3 дня/2 ночи, в будни в период с 14 по 17 ноября 2020 года. Возраст сотрудников – от 30 до 45 лет, но все активные, готовые к разнообразной экскурсионной и развлекательной программе.

Трансфер комфортабельным автобусом должна обеспечить Ваша фирма. Отъезд из Москвы от м. «Красные ворота» в 08.00. Размещение в гостинице 4\* в центре города.

Компания – 20 человек. Основное размещение – 9 двухместных номеров и 1 номер люкс. Питание – по системе «сет-меню»: обед–банкет–завтрак–обед. Банкет в первый день вечером в ресторане с интересным интерьером и меню.

Просим предложить экскурсионную программу с включением элементов театрализации и мастер-классы.

### **Ситуационная задача 21**

Туристическая компания предлагает создать отдел по работе со школьными группами. Сотрудникам компании, претендующим на роль руководителя отдела, предлагается провести анализ предложений и спроса на рынке детского туризма в Москве и внести предложения руководству компании по туристским направлениям и турпродукту для детских групп. Необходимо: определить потенциального потребителя турпродукта планируемого направления; разработать анкету для опроса потенциальных потребителей с целью выявления привлекательных туристских направлений; провести анализ существующих предложений на рынке детского туризма.

### **Ситуационная задача № 22**

Транзитная школьная группа из Тюмени прибывает в Москву 1 января 2019года в 07.00, уезжает в 21.00 в Санкт-Петербург с Ленинградского вокзала. Предложите программу обслуживания группы с 7 утра до 18 часов, исходя из следующих требований: автобус работает с группой 6 часов, гид до 18 часов, питание: завтрак + обед.

### **Ситуационная задача № 23**

Разработать план продвижения нового турпродукта компании Мостурфлот «Круиз большой новогодний Дунай - 5 стран», 8 дней. Даты поведения тура 30 декабря 2019 - 06 января 2020 года. Сайт круизной компании «Мостурфлот», режим доступа: [http://www.mosturflot.com/evropa.php?show\\_cruise=on&tid=35663](http://www.mosturflot.com/evropa.php?show_cruise=on&tid=35663). Определить концепцию тура. Определить целевую аудиторию. Составить план мероприятий по продвижению. Определить даты проведения рекламной компании

#### **Ситуационная задача 24**

На новогодние школьные каникулы в Москву прибывает школьная группа в количестве 114 шк. + 6 сопр. (Программа тура 3 дня/2 ночи прилагается). Необходимо составить расписание обслуживания группы в Москве с подробным таймингом.

#### **Ситуационная задача № 25**

Туристической компании перед зимним сезоном необходимо организовать продвижение нового для компании туристского продукта в Великий Устюг. Турпродукт ориентирован на школьные группы и группы родителей с детьми (программа тура прилагается). Даты заездов с 1 декабря 2019 г. по 15 января 2020 г. Необходимо разработать программу продвижения турпродукта, используя все инструменты продвижения».

#### **Ситуационная задача 26**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Экзотик Тайм». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения дайвинг-туров в Австралию и Океанию. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

#### **Ситуационная задача 27**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Эктив тур». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения туров на Камчатку, Чвкотку и Антарктиду. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

#### **Ситуационная задача 28**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Байконур тур». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения туров на космодром Байконур. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

#### **Ситуационная задача 29**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Пак групп». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения горнолыжных туров в Австрию. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

#### **Ситуационная задача 30**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Союзкурорт». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения лечебно-оздоровительных туров в Анапу. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

### **Ситуационная задача 31**

ВЫ – руководитель отдела туристической компании «Путешествие с ребенком». Перед Вашим отделом поставлена задача разработать план продвижения экскурсионных туров на зимние каникулы. Вам необходимо организовать сотрудников отдела на разработку плана мероприятий по продвижению турпродукта: определить и поставить цели, которые необходимо достичь в рамках компании, определить целевую аудиторию и предложить план действий в области рекламы, стимулирования продаж и PR-акций.

### **Ситуационная задача 32**

Составьте подробную с указанием точного времени программу обслуживания для группы 74 шк. + 6 сопр. (программа прилагается). Прибытие группы 3 января в 10.30 Ярославский вокзал

### **Ситуационная задача 33**

Составьте подробную с указанием точного времени программу обслуживания для группы 68 шк. + 6 сопр. (программа прилагается). Прибытие группы 26 декабря в 7.30 Ленинградский вокзал

### **Ситуационная задача 34**

Составьте подробную с указанием точного времени программу обслуживания для группы 74 шк. + 6 сопр. (программа прилагается). Прибытие группы 3 января в 10.30 Ярославский вокзал

### **Ситуационная задача 35**

В туристическую компанию поступил запрос от туроператора из Германии составить программу пребывания в России для группы болельщиков на время футбольных матчей турнира Евро 2020. Продолжительность тура 4 дня/3 ночи. Программу составить с учетом расписания игр, чтобы болельщики могли посетить игры команд своей страны. Кроме посещения матчей в программу включить экскурсии, музеи спорта, развлекательные мероприятия, посещение спортивных баров. Питание завтраки и посещение ресторана с национальной кухней.

### **Ситуационная задача 36**

В туристическую компанию поступил запрос от туроператора из Испании составить программу пребывания в России для группы болельщиков на время футбольных матчей турнира Евро 2020. Продолжительность тура 4 дня/3 ночи. Программу составить с учетом расписания игр, чтобы болельщики могли посетить игры команд своей страны. Кроме посещения матчей в программу включить экскурсии, музеи спорта, развлекательные мероприятия, посещение спортивных баров. Питание завтраки и посещение ресторана с национальной кухней.

### **Деловая игра «Студенческая туристическая выставка «МГУСиТ»**

В программе игры: рабочая встреча туроператорских компаний с представителями региональных туристических агентств. Перед «туроператорами» поставлена задача привлечь «турагентства» к сотрудничеству по продвижению и реализации туров компании. Для выполнения роли туристических агентств к участию в игре приглашаются студенты других курсов, освоившие профессиональные компетенции по турагентской деятельности.

Деловая игра нацелена на формирование у студентов навыков и умения организовать продвижение разработанного турпродукта и привлечение туристических агентств к его продвижению и реализации.

В процессе деловой игры участники должны решить ряд задач.

1. Определить название и миссию компании, разработать логотип
  2. Представить разработанные новые турпродукты
  3. Представить информационно-рекламную продукцию
  4. Разработать программу привлечения турагентств к сотрудничеству
  5. Спланировать и провести мероприятия по продвижению во время работы выставки
- Студенты, не участвующие в игре, к экзамену не допускаются.

### **Содержание деловой игры и последовательность ее проведения**

Деловая игра моделирует условия участия туроператорской компании на туристической выставке с целью продвижения турпродуктов и повышения имиджа компании.

Объект моделирования – туристическая выставка.

Состав игрового комплекса три группы. Одна группа представляет туроператорские компании, вторая – турагентские компании, третья – журналисты туристических изданий.

Обучающиеся представляют «свои компании»: название компании и логотип, основные направления деятельности, турпродукты. Задача студентов (туроператорские компании) привлечь как можно больше турагентств к продуктам своей компании. Студенты готовят презентацию компании, презентацию новых турпродуктов, изготавливают информационно-рекламную продукцию, разрабатывают привлекательные предложения для турагентств и программу стимулирования спроса для туристов.

Задача приглашенных студентов (турагентств) – определить туроператорские компании, с которыми они готовы работать по реализации турпродукта и обосновать свой выбор.

К оценке работы студентов можно пригласить декана факультета, заведующего кафедрой туризма, преподавателей кафедры туризма и сотрудников туристических компаний. Эксперты оценивают по десятибалльной шкале работу студентов по следующим позициям: название и логотип компании, презентацию компании и турпродукта, информативность, иллюстративность и удобство пользования информационно-рекламной продукцией. В предложениях по сотрудничеству для турагентств эксперты оценивают условия сотрудничества, агентский договор, предложенные обучающие мероприятия, программы стимулирования. По результатам экспертной оценки определяются победители. Еще одной оценкой для студентов становится выбор их компании «турагентствами», которая определяется количеством заключенных турагентских договоров.

План проведения деловой игры может быть следующим:

- оформление рабочих мест («туроператоры»);
- пресс-конференция (фоторепортаж с Workshop (роль журналистов выполняют также студенты, материалы печатаются в студенческой газете и на сайте учебного заведения);
- презентации компаний;
- переговоры участников – свободное общение, встречи;
- заключение договоров;
- итоги деловой игры.

Таким образом, во время деловой игры студенты оказываются внутри типовой профессиональной ситуации и могут продемонстрировать владение профессиональными компетенциями.

### **Деловая игра включает три этапа:**

- 1) подготовительный;
- 2) проведение игры;
- 3) оценка результатов и подведение итогов игры.

1 этап – подготовка к процессу игры:

- определение целей и задач игры;



- комплектование игровых групп;
- инструктаж участников;
- выдача исходных данных, справочного материала;
- подготовка аудитории.

Первый этап. Деловая игра проводится в аудитории, в которой табличками обозначены рабочие места групп игрового комплекса.

2 этап – процесс игры:

- оформление рабочих мест («туроператоры»);
- пресс-конференция (фоторепортаж с Workshop (роль журналистов выполняют также студенты, материалы печатаются в студенческой газете и на сайте учебного заведения);
- презентации компаний;
- переговоры участников – свободное общение, встречи;
- заключение договоров.

2 этап – оценка результатов и подведение итогов:

- подсчет баллов, предоставленных экспертами (согласно критериев, приведенных в таблице 1);
- подсчет баллов по оценке участников игры «турагентств»;
- подведение итогов игры.

Таблица 1

Оценочные показатели деловой игры «МГУСиТ»

Критерии оценки	Оценка (в баллах)
1. Подготовленность к участию в деловой игре:	
– оформление рабочего места	1-3
– наличие логотипа	1-3
– миссия компании	1-3
2. Анализ участия в игре:	
– презентация компании	2-4
– презентация турпродуктов	2-4
– командная работа	2-4
– логичность и убедительность (аргументы, доказательства, примеры, сравнения и др.) презентации	2-4
– эмоциональность выступления, активность	2-4
– мероприятие на стенде	2-4
– программа привлечения турагентств к сотрудничеству	2-4
качество подготовленной информационно-рекламной продукции	
– информативность	1-3
– иллюстративность	1-3
– удобство пользования	1-3
Экспертная оценка результатов	

Всего для оценки используют 13 показателей качества. Итоговый результат получается путем суммирования баллов.

#### 12.3.4. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### **Задание 1.**

Проанализируйте сайты туроператорских компаний (по выбору преподавателя), определите вид деятельности, специализацию, направления и виды турпродуктов.

### **Задание 2.**

Определить вид турпродукта (по выбору студента), определить ведущих туроператоров по этому направлению с использованием поисково-информационных систем (онлайн-агрегаторы). Дать характеристику выбранного вида турпродукта, представленного на туристском рынке.

### **Задание 3.**

Проанализировать сайты автобусных транспортных компаний (по выбору преподавателя). Изучить условия сотрудничества с туроператорскими компаниями. Выбрать одну или две из них в качестве партнера по оказанию транспортных услуг и объяснить почему. Подготовить презентацию-сообщение.

### **Задание 4.**

Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

### **Задание 5.**

Изучить сайт туроператорской компании (по выбору преподавателя). Составить таблицу дополнительных услуг, входящих в состав турпродукта.

### **Задание 6.**

Подготовить проект (виртуальный турпродукт) молодежного турпродукта в Московском регионе с учетом рекомендуемой технологии формирования турпродукта.

### **Задание 7.**

Рассчитать стоимость тура (программа тура предлагается преподавателем) с использованием программы Excel.

### **Задание 8.**

Подготовить список документов для туристов с двумя детьми (5 и 16 лет) для получения визы в Германию (каждый студент готовит сообщение и презентацию по определенной стране). Обозначить для туристов (т\а) вопросы, на которых необходимо заострить внимание.

### **Задание 9.**

Изучить предложения страховых компаний по страхованию туристов (каждый студент готовит сообщение и презентацию по определенной компании: Ингосстрах, ЕРВ Туристическое Страхование, РесоГарантия, АльфаСтрахование, Абсолют Страхование, Русский Стандарт Страхование, Ренессанс Страхование, Согласие, ВТБ Страхование, РИКС, Zetta Страхование и др.). Подготовить презентацию о выборе страховки для туристов по разрабатываемому студентом туру.

### **Задание 10.**

Разработать макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: на кого ориентирован туристский продукт, что вы хотите сказать о качестве вашего продукта.

### **Задание 11.**

Составить план мероприятий Паблик рилейшнз для туроператорской компании (по выбору преподавателя). PR-компания должна быть направлены на: перманентную организацию информационного потока от компании к существующим и потенциальным партнерам и клиентам; создание и поддержание имиджа компании и обеспечение эффекта ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях; достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и социума, на который ориентируется бизнес компании.

### **Задание 12.**

Подготовить рекламный буклет по разработанному турпродукту. Оценивается его информативность, иллюстративный ряд и удобство пользования

### **Задание 13.**

Подготовить сообщение по IT-стартапам в области информационных технологий для сферы туризма.

## **13.3.5 Тематика курсовых работ**

Тематика курсовых работ по дисциплине должна отражать одно из трех основных направлений:

- формирование и продвижение турпродуктов во внутреннем туризме на примере региона (вид турпродукта и регион – по выбору студента);
- формирование и продвижение турпродуктов во въездном туризме (вид турпродукта и регион – по выбору студента);
- формирование и продвижение турпродуктов в выездном туризме (вид турпродукта и регион – по выбору студента).

Основная часть курсовых работ должна содержать исследования по Москве и Московскому региону.

1. Формирование и продвижение экологического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
2. Формирование и продвижение спортивного турпродукта на примере Краснодарского края
3. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта во внутреннем туризме на примере Калининградской области
4. Формирование и продвижение молодежного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
5. Формирование и продвижение молодежного турпродукта во въездном туризме на примере Московского региона
6. Формирование и продвижение активного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
7. Формирование и продвижение событийного турпродукта во въездном туризме на примере Московского региона для европейских туристов
8. Формирование и продвижение медицинского турпродукта во внутреннем туризме на примере Ленинградской области
9. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Санкт-Петербурга
10. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта на примере Алтайского края

11. Формирование и продвижение сельского турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
12. Формирование и продвижение горнолыжного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
13. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
14. Формирование и продвижение лечебно-оздоровительного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
15. Формирование и продвижение медицинского турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
16. Формирование и продвижение культурно-познавательного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
17. Формирование и продвижение культурно-познавательного турпродукта с использованием исторических реконструкций во внутреннем туризме на примере Московского региона
18. Формирование и продвижение военно-патриотического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
19. Формирование и продвижение гастрономического турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
20. Формирование и продвижение делового турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
21. Формирование и продвижение образовательного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
22. Формирование и продвижение приключенческого турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
23. Формирование и продвижение экстремального турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
24. Формирование и продвижение религиозного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона
25. Формирование и продвижение круизного турпродукта во внутреннем туризме на примере Московского региона

### **Методические указания для выполнения курсовых работ**

Курсовая работа должна иметь комплексный характер и отражать общий уровень теоретических знаний и практических навыков студентов по дисциплине «Технология и организация туроператорской деятельности».

Целью выполнения курсовой работы является расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний и практических навыков студентов в области организации туроператорской деятельности: формирования турпродукта, расчета стоимости турпакетов, продвижения турпродукта и организации обслуживания туристических групп.

Основными задачами выполнения курсовой работы являются:

- теоретическое обоснование и раскрытие сущности основных понятий и проблем, связанных с избранной темой;
- развитие навыков самостоятельной работы с методическим материалом и литературой, сбор и анализ практического материала по теме работы;
- умение проводить анализ по теме исследования;
- изыскание путей и способов решения проблем, исследуемых в рамках конкретного направления профессиональной деятельности;
- формирование обоснованных выводов, предложений и рекомендаций по решению конкретных задач, рассматриваемых в

практической части работы.

### **Структура курсовой работы.**

Введение должно содержать обоснование актуальности темы исследования, объект и предмет исследования, цели и задачи работы, оценку современного состояния решаемой проблемы, обоснование необходимости разработки темы.

Основная часть должна включать:

- теоретическую часть, в которой объект исследования анализируется на теоретическом уровне;
- аналитическую часть, в которой рассматриваются туристский потенциал исследуемого региона, выявляются запросы потенциальных потребителей, дается анализ рынка исследуемого направления;
- практическую часть, в которой на основе теоретических положений, проведенного анализа ресурсов и рынка разрабатывается определенный вид турпродукта, обосновывается его новизна, актуальность и конкурентоспособность.

В заключении формулируются выводы строго в соответствии с поставленными задачами исследования, даются предложения по использованию результатов курсовой работы в сфере организации туроператорской деятельности.

## Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины <sup>1\*</sup>

На 2021/2022 учебный год в рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения:

Внесены изменения с учетом переименования образовательной организации в Государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» (сокращенное наименование – ГАОУ ВО МГУСиТ), изменением наименований структурных подразделений университета.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



А.В. Коршунов

Внесенные изменения утверждаю:

Начальник отдела методического обеспечения и контроля качества образовательного процесса



О.В. Федорова

« 30 » августа 2021 г.

<sup>1\*</sup> Сведения о корректировке рабочей программы даются ежегодно. Если в программу не вносились изменения, то делается запись «изменения не вносились» и подписывается зав. кафедрой без указания даты и № протокола.