

ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

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

СОГЛАСОВАНО

Проректор

«28»

08

А.М. Каткова

2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института индустрии
туризма и гостеприимства

«28»

08

А.А. Иванцов

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.01 Технология и организация туроператорской деятельности

направление подготовки: 43.03.02 Туризм
направленность (профиль): Технология и организация турагентских и туроператорских услуг

Форма обучения	очная	заочная
Общая трудоемкость (в акад. часах / ЗЕ)	252 час. / 7 ЗЕ	
Курс	II	II, III
Учебный семестр	3,4	4,5
Форма промежуточной аттестации	зачет, экзамен	

Москва, 2023


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

Рабочая программа дисциплины (РПД) «Технология и организация туроператорской деятельности» (2022 год набора) составлена на основании ФГОС высшего образования 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» июня 2017 г. № 516, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, «Технология и организация турагентских и туроператорских услуг».

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину и студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, «Технология и организация турагентских и туроператорских услуг».

Разработчик(и) рабочей программы:


Доцент кафедры туризма
Канд. геогр. наук, доцент


«28» 08 2023 г.

Л.А. Савинкина

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры туризма «28» августа 2023 г., протокол № 1.

И.о. заведующего кафедрой
туризма, канд. пед. наук, доцент


«28» 08 2023 г.

А.М. Каткова

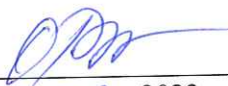
СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса


«28» 08 2023 г.

О.В. Федорова

Специалист по УМР отдела
обеспечения и контроля
качества образовательного
процесса


«28» 08 2023 г.

О.В. Крылова

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технология и организация туроператорской 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 общепрофессиональной 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 (ПК-1).

Задачи, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.О.04.01 «Технология и организация туроператорской деятельности» изучается обучающимися в рамках четвертого модуля Б1.О.04. Технологического модуля обязательной¹ части ООП ВО на протяжении 3,4 учебных семестров (для очной формы обучения) и 4,5 учебных семестров (для заочной формы обучения) и завершается промежуточными аттестациями в форме зачета, курсовой работы и экзамена.

Изучение дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности» осуществляется на основе логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами этого же модуля, а также с дисциплинами Б1.О.07 «Мировая культура и искусство», Б1.О.05 «Психология в индустрии туризма и гостеприимства», дисциплинами Б1.В.01 Историко-географического модуля (в части, формируемой участниками образовательных отношений): Б1.В.01.01 «Природное наследие как объект туроперейтинга», Б1.В.01.02 «Туристско-рекреационное ресурсоведение», Б1.В.01.04 «Туристское страноведение».

Обучение по дисциплине «Технология и организация туроператорской деятельности» предшествует изучению следующих дисциплин ООП:

- Б1.О.04.02 Организация специальных видов туризма;
- Б1.О.04.03 Туристско-рекреационное проектирование;
- Б1.О.04.04 Организация турагентской деятельности;
- Б1.О.04.05 Организация и технология внутреннего туризма;
- Б1.О.04.06 Транспортное обеспечение в туризме.

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

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-6; ОПК-4; ПК-1, ПК-3. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

¹ или части, формируемой участниками образовательных отношений/вариативной (в соответствии с ФГОС ВО)

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
1	2	3
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p>	<p>Знать: – определение, содержание и условия осуществления туроператорской деятельности; Уметь: – эффективно применять на практике знания технологии и методики формирования, продвижения и реализации турпродукта; Иметь практический опыт – планирования новых турпродуктов;</p>
	<p>УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения</p>	<p>Знать: – основные задачи туроператорской деятельности; – правовые, нормативно-технические и организационные основы туроператорской деятельности; Уметь: – применять методы исследования предпочтений и потребностей потенциальных потребителей; – использовать инновационные технологии в туроператорской деятельности; Иметь практический опыт – формирования турпродуктов;</p>
	<p>УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований</p>	<p>Знать: – методы прогнозирования спроса на рынке туристских услуг Уметь: – формулировать концепции новых турпродуктов и оценивать результаты их внедрения; – применять полученные</p>

	рынка труда	знания в нестандартных ситуациях Иметь практический опыт – организации и проведения продвижения турпродуктов; – организации обслуживания туристских групп.
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Знать: – основные методические подходы к исследованию рынка туристских услуг; – основные принципы технологии формирования турпродукта; Уметь: – использовать маркетинговые новации при формировании новых турпродуктов; – проводить исследования туристского рынка; Иметь практический опыт: – проведения опроса потенциальных потребителей с целью выявления их потребностей и запросов; – проведения анализа предложений конкурентов; – формирования новых турпродуктов;
	ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знать: методы продвижения и реализации турпродукта; Уметь: – разрабатывать планы проведения рекламной компании по продвижению турпродуктов; – оценивать уровень качества в обслуживании туристских групп; Иметь практический опыт: – работы с туристическими агентствами по продвижению и реализации турпродуктов; – разработки мероприятий по продвижения турпродуктов компании; – продвижения турпродуктов в социальных сетях.
ПК-1 Способен организовать	ПК-1.1 Осуществляет подбор	Знать:

<p>работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности</p>	<p>персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</p>	<p>– основные правила, методы и приемы подбора и управления персоналом; Уметь: – использовать методы и приемы планирования, организации и мотивации деятельности сотрудников; Иметь практический опыт – расчета эффективности деятельности предприятия;.</p>
	<p>ПК-1.2 Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</p>	<p>Знать: – основные методики экономической эффективности деятельности предприятия Уметь: – определять производственно-экономические показатели предприятия туристской сферы; Иметь практический опыт исполнителей проектов в туристской сфере.</p>
<p>ПК-3 Способен разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ПК-3.1. Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста</p>	<p>Знать: – технологию формирования туристского продукта в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Уметь: – формировать туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; Иметь практический опыт - формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом</p>

		индивидуальных и специальных требований туриста
	ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	<p>Знать:</p> <p>– способы организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг</p> <p>Уметь:</p> <p>– организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг;</p> <p>Иметь практический опыт организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p>
	ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	<p>Знать:</p> <p>– способы проведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов</p> <p>Уметь:</p> <p>– вести переговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов;</p> <p>Иметь практический опыт ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействий по реализации туристских продуктов</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов, включая все формы контактной и самостоятельной работы обучающихся.

4.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Очная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ²		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ³	др. виды работ ⁴	консультаций ⁵					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
3 семестр												
1.	Раздел 1: Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности											
1.1.	Тема 1.1. Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации	4	2	2	-			2		ПТЗ.О		УК-6; ОПК-4
1.2.	Тема 1.2. Условия осуществления туроператорской деятельности	4	2	2	-			2		ПТЗ.Т		УК-6; ОПК-4
1.3.	Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний	10	8	2	6			2		ПР		УК-6; ОПК-4
2.	Раздел 2: Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта											
2.1.	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	14	12	4	8			2		ПТЗ.КР		УК-6; ОПК-4

² Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О – опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

³ К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

⁴ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁵ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ²		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ³	др. виды работ ⁴	консультаций ⁵					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2.2.	Тема 2.2. Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта	4	2	2	-			2			ПР ¹	УК-6; ОПК-4
2.3.	Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг	10	6	2	4			4		ПТЗ.О		УК-6; ОПК-4
2.4.	Тема 2.4. Технология формирования турпродукта	26	22	4	18			4		ПР ²		УК-6; ОПК-4
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	-	-	зачет			
	Итого	72	54	18	36			18				
4 семестр												
3.	Раздел 3: Продвижение и реализация турпродукта											
3.1.	Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта	25	10	2	8			15		ПТЗ.О		УК-6; ОПК-4
3.2.	Тема 3.2. Формирование сбытовой сети	21	6	2	4			15		ПР ²		УК-6; ОПК-4
3.3.	Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта	21	6	2	4			15			ПТЗ.Т	УК-6; ОПК-4
3.4.	Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта	21	6	2	4			15			ПТЗ.Т	УК-6; ОПК-4
4.	Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме											
4.1.	Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме	19	4	2	2			15		ПТЗ.О		УК-6; ПК-1

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ²		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ³	др. виды работ ⁴	консультаций ⁵					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4.2.	Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме	19	4	2	2			15			ПТЗ.Т	УК-6; ПК-1
4.3.	Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма	16	1	1	-			15		ПТЗ.О		УК-6; ПК-1
4.4.	Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний	20	5	1	4			15			ПТЗ.Т	УК-6; ПК-1
	Промежуточная аттестация	18			-	-	-	18	экзамен			УК-6; ОПК-4; ПК-1
	Итого	180	42	14	28			138				
	ВСЕГО:	252	96	32	64			156				

Заочная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁶		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельной работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁷	др. виды работ ⁸	консультаций ⁹					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4 семестр												
1.	Раздел 1: Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности											
1.1.	Тема 1.1. Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации Тема 1.2. Условия осуществления туроператорской деятельности Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний	12	4	2	2	-	-	8		ПТЗ.О		УК-6; ОПК-4
2.	Раздел 2: Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта											
2.1	Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка	22	4	2	2			18		ПТЗ.Т		УК-6; ОПК-4
2.2	Тема 2.2. Понятие «турпродукт», состав и виды туристского продукта	10	4	2	2			6		ПР		УК-6; ОПК-4

⁶ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О - опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

⁷ К занятиям семинарского тапа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

⁸ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁹ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁶		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁷	др. виды работ ⁸	консультаций ⁹					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2.3.	Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг Тема 2.4. Технология формирования турпродукта	24	6	2	4			18		ПТЗ.КР		УК-6; ОПК-4
	Промежуточная аттестация	4					-	4	зачет			
	Итого	72	18	8	10			54				
5 семестр												
3.	Раздел 3: Продвижение и реализация турпродукта											
3.1.	Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта Тема 3.2. Формирование сбытовой сети	30	2	1	1			28		ПТЗ.О		УК-6; ОПК-4
3.2.	Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта	28	2	1	1			26		ПР ²		УК-6; ОПК-4
3.3.	Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта	26	2		2			24			ПТЗ.Т	УК-6; ОПК-4
4.	Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме											
4.1.	Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме	27	2	1	1			25		ПТЗ.О		УК-6; ПК-1
4.2.	Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме	30	2		1			28			ПТЗ.Т	УК-6; ПК-1

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁶		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁷	др. виды работ ⁸	консультаций ⁹					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	туризме											
4.3.	Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний	30	2	1	2			28		ПТЗ.О		УК-6; ПК-1
	Промежуточная аттестация	9			-	-	-	9	экзамен			УК-6; ОПК-4; ПК-1
	Итого	180	12	4	8	-	-	168				
	ВСЕГО:	252	30	12	18			222				

4.2. Тематическое содержание занятий

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Раздел 1. Правовые и финансовые аспекты туроператорской деятельности		
<p>Тема 1.1. Приоритетные направления в развитии туризма и способы государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации</p>	<p>Лекция (2 ак.ч.)</p>	<p>Основные понятия: туризм, туристская деятельность, туроператорская 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».</p>
	<p>Самостоятельная работа (2 ак.ч.)</p>	<p>Подготовить презентацию и доклад по одной из нижеуказанных тем (выбранную тему утвердить у преподавателя)</p> <p>Подготовить сообщения и презентацию по содержанию нормативно-правовые актов в сфере туризма</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» 2. Федеральный закон № 33-ФЗ от 14 марта 1995 г. «Об особо охраняемых территориях 3. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 4. Постановление Правительства РФ № 452 от 18.07.2007г. 5. Постановление Правительства РФ № 162 от 27.02.2013г. 6. Постановление Правительства РФ № 779 от 10.08.2016г. 7. ГОСТ Р 50681-2010. - Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст) 8. ГОСТ Р 50690-2017. - Туристские услуги. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N 1561-ст) <p>Ознакомиться с сайтами организаций, подготовить сообщение и презентацию</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Министерства экономического развития (Департамент туризма)

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p>10. Ростуризм 11. Комитет по туризму Правительства Москвы 12. АТОР 13. РСТ 14. Альянс туристических агентств Ознакомиться с сайтами информационных ресурсов в сфере туризма, подготовить сообщение и презентацию 15. Национальный туристический портал 16. Турпром 17. Рата-нюс 18. Профитревел Ознакомиться с сайтами поисковых систем в сфере туризма, подготовить сообщение и презентацию 19. Слетать.ру 20. RUSPO 21. TURY.ru 22. Tourvisor.ru 23. Travelata.ru 24. Level.travel Изучить Стратегию развития туризма на период до 2035 года и подготовить сообщение и презентацию 25. Современные тенденции и перспективы развития туризма в мире 26. Текущее состояние и потенциал развития туризма в Российской Федерации 27. Ключевые цели и задачи развития туризма 28. Развитие детского туризма (детский, , , 29. Развитие культурно-познавательного туризма 30. Развитие горнолыжного туризма 31. Развитие круизного туризма 32. Развитие экологического туризма</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		33. Развитие делового туризма 34. Инструменты развития туризма 35. Анализ целевого сценария развития туризма в Российской Федерации и риски реализации Стратегии
Тема 1.2. Условия осуществления туроператорской деятельности	Лекция (2 ак.ч.)	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.
	Самостоятельная работа (2 ак.ч.)	Задание 1. Подготовить сообщение и презентацию по теме «Условия осуществления туроператорской деятельности» 1. Выбрать туроператорскую компанию (<i>индивидуально каждому студенту</i>) 2. Найти ее в реестре туроператоров (<i>свидетельство</i>) 3. На основании данных реестра дать характеристику компании (<i>виды туризма, адрес, сайт и др.</i>) 4. Проанализировать финансовое обеспечение компании Участие компании в объединениях в сфере туризма
Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний	Лекция (2 ак.ч.)	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
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	Подготовить сообщение и презентацию по теме «Анализ деятельности туроператорских компаний, классификация московских туроператоров по направлениям» (<i>в дополнение к презентации по заданию 2</i>) На примере туроператорской компании (<i>задание 2</i>) определить вид/виды

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p>туроперейтинга (обосновать свой ответ, доказать на примерах туристских программ)</p> <p>Самостоятельная подготовка и презентация тематических блоков: «Анализ деятельности туроператорских компаний, классификация московских туроператоров по направлениям».</p>
Раздел 2. Туристский рынок и особенности формирование туристского продукта		
<p>Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка</p>	<p>Лекция (4 ак.ч.)</p>	<p>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</p>
	<p>Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (8 ак.ч.)</p>	<p>Задание 4</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбрать вид туризма (выездной, въездной) 2. Выбрать страну 3. Провести анализ въезда (выезда) российских (иностраннных) туристов 2017-2019гг.: <ul style="list-style-type: none"> – предоставить информацию по численности по годам – выяснить % соотношение к общей численности выезжающих (въезжающих) и показать тенденцию развития – составить таблицу ТОП 5 за 2019 год по выбранному направлению, выезд (въезд) <p>Подготовить сообщение по выбору страны (стран) как основного направления деятельности компании (во въездном или выездном туризме). Аргументировать свое предложение.</p>
	<p>Самостоятельная работа (2 ак.ч.)</p>	<p>Подготовиться к созданию опросника изучить лекцию: Способы исследования рынка. Виды маркетинговых исследований.</p>
<p>Тема 2.2. Понятие</p>	<p>Лекция</p>	<p>Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания. Туристская услуга –</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
«турпродукт», состав и виды туристского продукта	(2 ак.ч.)	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.
	Самостоятельная работа (2 ак.ч.)	Проанализировать сайт туроператорской компании (по выбору студента), определить виды турпродуктов, формируемые компанией и базовую услугу каждого из них
Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг	Лекция (2 ак.ч.)	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.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Разработка анкеты для опроса потенциальных потребителей 1. Определите потенциального потребителя турпродукта планируемого направления 2. Разработайте анкету для опроса потенциального потребителя для выявления запросов потребителей
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	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.
Тема 2.4. Технология формирования турпродукта	Лекция (4 ак.ч.)	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.
	Занятие	Провести исследование аналогичных турпродуктов на туристском рынке

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	<p>семинарского типа (Практическое занятие) (18 ак.ч.)</p> <p>Самостоятельная работа (4 ак.ч.)</p>	<p>исследуемого региона (по теме курсового проекта) Решение ситуационной задачи. Сформировать тур по заказу клиента и рассчитать стоимость тура.</p> <p>Ситуационная задача № 1</p> <p>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.</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p> <p>Ситуационная задача № 2</p> <p>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.</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p> <p>Ситуационная задача № 3</p> <p>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».</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p align="center">Ситуационная задача № 4</p> <p>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 shk. + 2 сопр.), возраст 16-17 лет, Питание 2-х разовое. Размещение: 2-х, 3-х, 4-х местн. номера эконом, возможно размещение в хостелах.</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p>
Промежуточная аттестация	Зачет	в виде собеседования – тестирования письменного
Раздел 3.		
Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта	Лекция (2 ак.ч.)	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, нерекламные методы продвижения турпродукта и пропаганда (PR) турпродукта.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (8 ак.ч.)	<p>Разработать программу продвижения тура «Смоленские этюды» от туроператора «Мастерская путешествий» в своем регионе (субъекте Российской Федерации).</p> <p>Программа тура по ссылке https://masput.ru/tours/smolenskie-etyudi-vyazyma-muzey-usadyba-a-s-griboedova-smolensk-flenovo-talashkino-avtobusniy-tur-2-dnya</p> <p align="center">Параметры работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дать характеристику и обосновать основные преимущества предложенного турпродукта. 2. Определить и обосновать целевые группы – потребителей турпродукта и

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	<p>Самостоятельная работа (15 ак.ч.)</p>	<p>отношение целевой группы к определенной сфере b2b, b2c,b2g, представить анализ целевой аудитории (географические, социально-экономические, личностные и поведенческие характеристики.</p> <p>3. Подобрать и обосновать оптимальные online и offline инструменты продвижения с обоснованием и ориентацией на целевые группы потребителей.</p> <p>4. Разработать план-график мероприятий по продвижению турпродукта с указанием этапов реализации.</p> <p>Анализ целевой аудитории по результатам проведенного опроса потенциальных потребителей</p> <p>Параметры работы</p> <p>1. Проанализировать полученные результаты опроса (представить все диаграммы)</p> <p>2.Оформить таблицу характеристики целевой аудитории по образцу, представленному ниже</p> <p>3.Вывод по составу разрабатываемого турпродукта и способам его продвижения</p>
Тема 3.2. Формирование сбытовой сети	<p>Лекция (2 ак.ч.)</p>	<p>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.</p>
	<p>Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)</p>	<p>Представить тургентам, работающим с туроператором (турагентская сеть) новый турпродукт (новый тур по теме курсового проекта).</p> <p>Параметры работы</p> <p>1. Представить разработанную программу нового тура по дням с таймингом и обоснованием включенных в тур туристских услуг (соответствие запросам и потребностям потенциальных потребителей).</p> <p>2. Провести сравнительный анализ разработанного тура с имеющимися на рынке аналогичными турами</p> <p>3. Определить конкурентные преимущества разработанного тура</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p>4. Обосновать привлекательность и конкурентоспособность разработанного тура</p> <p>5. Предложить турагентам привлекательную программу сотрудничества</p> <p>Практическое занятие проводится в формате деловой игры - семинара, где каждый докладчик (обучающийся) представляет туроператора, предлагающего турагентам для продвижения и реализации новый турпродукт. Остальные участники выполняют роль турагентов: выбирают туроператора и турпродукты, которые их заинтересовали и обосновывают почему.</p>
Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта	Самостоятельная работа (15 ак.ч.)	Разработать макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: на кого ориентирован туристский продукт, что вы хотите сказать о качестве вашего продукта.
	Лекция (2 ак.ч.)	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.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	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.
	Самостоятельная работа (15 ак.ч.)	Подготовить рекламный буклет по разработанному турпродукту. Оценивается его информативность, иллюстративный ряд и удобство пользования
Тема 3.4. Инновационные	Лекция	Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
технологии в продвижении и реализации турпродукта	(2 ак.ч.)	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.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Решение ситуационных задач по формированию заказных туров В туристическую компанию поступил запрос от турфирмы г. Екатеринбурга составить программу пребывания в Москве для школьной группы на 2 дня/1 ночь. Группа (20 шк. + 2 сопр.), возраст 12-14 лет, первый раз в Москве, кроме экскурсий, музеев в программу просят включить интерактивные экскурсии или мастер-классы. Питание 2-х разовое. Размещение: 2-3-х местн. номера. Обоснуйте привлекательность, конкурентоспособность сформированного турпродукта. Задание: выявить запросы потребителя, разработать программу тура, выбрать оптимальную транспортную схему, подобрать места размещения, питания и экскурсионные объекты посещения. Экскурсионная программа разрабатывается с оптимальным отбором объектов показа и с указанием затрат времени. Подготовить презентацию к своему выступлению, в котором отразить особенности разработанного тура. Оценивается качество разработки программы тура в соответствии с запросом клиента, качество экскурсионной программы, полнота и уровень презентации, соблюдение выделенного времени.
	Самостоятельная работа (15 ак.ч.)	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.

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
		<p style="text-align: center;">Ситуационная задача № 6</p> <p>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 эконоом, возможно размещение в хостелах.</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p> <p style="text-align: center;">Ситуационная задача № 7</p> <p>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».</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p> <p style="text-align: center;">Ситуационная задача № 8</p> <p>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.</p> <p>Составьте программу обслуживания, обоснуйте ее привлекательность, рассчитайте стоимость программы из расчета на группу и на 1 чел.</p>
Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме		
Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме	Лекция (2 ак.ч.)	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

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	<p>Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)</p> <p>Самостоятельная работа (15 ак.ч.)</p>	<p>туристов. Анимация в туризме.</p> <p>Подготовить проект (виртуальный турпродукт) молодежного турпродукта в Московском регионе с учетом рекомендуемой технологии формирования турпродукта</p> <p>Рассчитать стоимость тура (программа тура предлагается преподавателем) с использованием программы Excel</p>
Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме	<p>Лекция (2 ак.ч.)</p> <p>Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (2 ак.ч.)</p> <p>Самостоятельная работа (15 ак.ч.)</p>	<p>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.</p> <p>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 (г\а) вопросы, на которых необходимо заострить внимание.</p> <p>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.</p>
Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма	<p>Лекция (1 ак.ч.)</p>	<p>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</p>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	Самостоятельная работа (15 ак.ч.)	маршрутах повышенной опасности. Страхование туристов. Изучить ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.
Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний	Лекция (1 ак.ч.)	Онлайн-решения и технологии в туроператорской 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.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	Подготовить сообщение по IT-стартапам в области информационных технологий для сферы туризма.
	Самостоятельная работа (15 ак.ч.)	Подготовить сообщение по IT-стартапам в области информационных технологий для сферы туризма.
Промежуточная аттестация	Экзамен	письменно – компьютерное тестирование защита курсовой работы

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Основная литература

5.1. Основная литература

1. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>
2. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511>

5.2. Дополнительная литература

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496647>
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495450>.
3. Лысакова, Л.А. Tourismus = Туризм : учеб. пособие / Е.М. Карпова, Е.Н. Лесная; Л.А. Лысакова. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2020. — 145 с. — ISBN 978-5-9765-0816-3. — URL: <https://rucont.ru/efd/244416>
4. Косарева, Н.В. Технология и организация туроператорской деятельности : метод. рекомендации по выполнению курсовой работы дисциплины / С.В. Дусенко; Н.В. Косарева. — Москва : РГУФКСМиТ, 2017. — 32 с. — Авт. указаны на обороте тит. л. — URL: <https://rucont.ru/efd/671380>
5. Алексеева, Н. П. Tourismus = Туризм : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / Н. П. Алексеева. — Москва : МПСИ : ФЛИНТА, 2012. — 333 с. : ил. — ISBN 978-5-9765-1314-3 (ФЛИНТА). — ISBN 978-5-9770-0685-9 (МПСУ). — URL: <https://rucont.ru/efd/2463848>
6. Александрова, А.Ю. Международный туризм как геополитическая сила : монография / М.В. Шипугина; А.Ю. Александрова. — Москва : Директ-Медиа, 2020. — 99 с. — ISBN 978-5-4499-1557-3. — URL: <https://rucont.ru/efd/79874>

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Доступ к электронно-библиотечным системам:

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

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

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

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для успешного освоения дисциплины студенты используют такие программные средства как Excel; Word. Для представления результатов – Power Point. Доступ к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам:

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РПД

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов: лекционная аудитория, оборудованная видеопроекционной аппаратурой, экраном, компьютером. Кабинет для практических занятий (компьютерный класс), имеющий видеопроекционную аппаратуру с возможностью подключения к ПК, экран, персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

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

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

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

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности

компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении всех видов аттестации.

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

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся

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

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

«Сценарий» изучения дисциплины.

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

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

10.2. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к

основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

10.3. Рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа

Студентам следует:

- до очередного занятия семинарского типа по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к занятиям семинарского типа следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе занятия семинарского типа давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

10.4. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

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

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

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на занятиях семинарского типа и консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к промежуточной аттестации параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

Приложение
к рабочей программе дисциплины
«Технология и организация
туроператорской деятельности»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Знать: – определение, содержание и условия осуществления туроператорской деятельности; Уметь: – эффективно применять на практике знания технологии и методики формирования, продвижения и реализации турпродукта; Иметь практический опыт – планирования новых турпродуктов;	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет; экзамен
	УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения	Знать: – основные задачи туроператорской деятельности; – правовые, нормативно-технические и организационные основы туроператорской деятельности; Уметь:	

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
		<ul style="list-style-type: none"> – применять методы исследования предпочтений и потребностей потенциальных потребителей; – использовать инновационные технологии в туроператорской деятельности; <p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирования турпродуктов; 	
	<p>УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы прогнозирования спроса на рынке туристских услуг <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать концепции новых турпродуктов и оценивать результаты их внедрения; – применять полученные знания в нестандартных ситуациях <p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> – организации и проведения продвижения турпродуктов; – организации обслуживания туристских групп. 	
ОПК-4 Способен	ОПК-4.1 Осуществляет	Знать:	

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
<p>осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</p>	<p>маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p>	<p>– основные методические подходы к исследованию рынка туристских услуг;</p> <p>– основные принципы технологии формирования турпродукта;</p> <p>Уметь:</p> <p>– использовать маркетинговые новации при формировании новых турпродуктов;</p> <p>– проводить исследования туристского рынка;</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– проведения опроса потенциальных потребителей с целью выявления их потребностей и запросов;</p> <p>– проведения анализа предложений конкурентов;</p> <p>– формирования новых турпродуктов;</p>	
	<p>ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной</p>	<p>Знать:</p> <p>методы продвижения и реализации турпродукта;</p> <p>Уметь:</p>	

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
	сети Интернет	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать планы проведения рекламной компании по продвижению турпродуктов; – оценивать уровень качества в обслуживании туристских групп; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работы с туристическими агентствами по продвижению и реализации турпродуктов; – разработки мероприятий по продвижения турпродуктов компании; – продвижения турпродуктов в социальных сетях. 	
ПК-1 Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	ПК-1.1 Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные правила, методы и приемы подбора и управления персоналом; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методы и приемы планирования, организации и мотивации деятельности сотрудников; <p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> – расчета 	

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
	ПК-1.2 Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	<p>эффективности деятельности предприятия;</p> <p>Знать: – основные методики экономической эффективности деятельности предприятия</p> <p>Уметь: – определять производственно-экономические показатели предприятия туристской сферы;</p> <p>Иметь практический опыт исполнителей проектов в туристской сфере.</p>	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет; экзамен
ПК-3 Способен разработать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.1. Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	<p>Знать: – технологию формирования туристского продукта в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста</p> <p>Уметь: – формировать туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-</p>	опрос; реферат; доклад; контрольная работа; тестирование; зачет; экзамен

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
		<p>коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; Иметь практический опыт - формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста</p>	
	ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	Знать: – способы организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг Уметь: – организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг; Иметь практический опыт организации продажи туристского продукта и	

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
	ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	<p>отдельных туристских услуг.</p> <p>Знать: – способы проведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов</p> <p>Уметь: – вести переговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов;</p> <p>Иметь практический опыт ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействий по реализации туристских продуктов</p>	

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

3 СЕМЕСТР

Зачет

Перечень вопросов:

1. Основные задачи и функции туроператора

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 туроператорских компаний с поставщиками транспортных услуг
6. Схемы сотрудничества туроператорских 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

Критерии оценки:

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

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

4 СЕМЕСТР

Экзамен

Перечень вопросов:

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

Экзамен принимается в виде тестирования

Критерии оценки:

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

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

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

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

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.

2.2. Оценочные материалы для текущего контроля

ТЕСТИРОВАНИЕ

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ № 1

3.2. Тема: наименование темы (из таблицы 4.1 РПД)

1 вариант

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	<p>Базовая услуга турпродукта - это</p> <p>Выберите один ответ:</p> <p>А) транспортная услуга</p> <p>В) услуга размещения</p> <p>С) услуга, которая воплощает в себе общую цель именно этого турпродукта и определяет формирование всего набора остальных услуг</p> <p>Д) услуга гидов-экскурсоводов</p> <p>Е) услуги по размещению и перевозке</p> <p>Ф) услуги туроператорских компаний по подбору туров по заявке клиентов</p>	
2	<p>Схемы сотрудничества с транспортными компаниями:</p> <p>Выберите один или несколько ответов:</p> <p>А) Элотмент</p> <p>В) продажа билетов на транспортные средства</p> <p>С) аренда туристических автобусов</p> <p>Д) организация туристских поездов</p> <p>Е) Комитмент</p> <p>Ф) организация чартерных рейсов</p>	
3	<p>Рецептивный туроператор - это</p> <p>А) туроператор, работающий на отправку групп туристов в другие регионы</p> <p>В) туроператор, работающий на обслуживании туристических групп по месту их прибытия</p> <p>С) туроператор, осуществляющий прямую организацию туров</p> <p>Д) туроператор, работающий по опосредованной схеме организации туров</p> <p>Е) туроператор, разрабатывающий программы обслуживания туристов</p>	В
4	<p>Аутгоинговый туроператор - это</p> <p>А) туроператор, специализирующийся на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы</p> <p>В) туроператор планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт, то есть туры по территории своей страны для своих сограждан</p> <p>С) туроператор, занимающийся разработкой, продвижением и организацией туров на территории собственной страны для иностранных граждан</p> <p>Д) туроператор, отправляющий туристов в активные туры</p> <p>Е) туроператор, работающий только с иностранными партнерами</p>	А
5	<p>Инкаминг - это</p> <p>А) функция туроператора по разработке, продвижению и организации туров на территории зарубежных стран для граждан своей страны</p> <p>В) функция туроператора по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для</p>	В

иностранных граждан С) функция туроператора по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для своих сограждан D) функция туроператоров по обслуживанию заказных групп E) функция туроператоров по разработке программ для социального туризма	
--	--

2 вариант

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	Инсайдинг - это A) вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий турпродукт, то есть туры, по территории зарубежных стран для своих сограждан B) вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт, то есть туры, по территории своей страны для иностранных граждан C) вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт, то есть туры по территории своей страны для своих сограждан D) вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий деловые туры для иностранных граждан E) вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий событийные турпродукты для внутреннего потребления	С
2	Из чего складывается окончательная стоимость туристского продукта для корпоративного клиента: A) себестоимость обслуживания группы + маржинальная надбавка B) себестоимость обслуживания + агентское вознаграждение	А
3	С 1 января 2021 года дети до 14 лет могут размещаться в гостиницах с сопровождающими A) по спискам группы, заверенным руководителями образовательных организаций B) только при наличии нотариально заверенного согласия законных представителей: родителей, усыновителей, опекунов (одного из них) C) по спискам, представленным в гостиницу туроператорскими компаниями D) по спискам сопровождающих с распределением по номерам	В

Критерии оценки:

оценка	количество правильных ответов
«зачет»	50%
«незачет»	49%

3.2. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ

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

Основные этапы продвижения турпродукта

Методы и инструменты продвижения, online и offline инструменты продвижения

Тема 1.2. Условия осуществления туроператорской деятельности

Схемы рыночных каналов продвижения турпродукта

Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний

Маркетинговые коммуникации для турагентств

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

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

Принципы формирования сбытовой сети

Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг

Деятельность туроператорских компаний по формированию сети уполномоченных турагентств

Деятельность туроператорских компаний по формированию сети франчайзинговых турагентств

Тема 2.4. Технология формирования турпродукта

Этапы реализации туристского продукта

Существенные условия договора о реализации туристского продукта

Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта

Агентское соглашение: актуальные требования

Формы реализации туристского продукта

Маркетинговые коммуникации для туристов

Тема 3.2. Формирование сбытовой сети

Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама

Стимулирование агентской сети

Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта

Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации

Организация инфотуров

Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании

Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта

Процесс внедрения новых информационных систем в турфирме

Понятие и сущность стандартов обслуживания

Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме

Организация процесса обслуживания туристических потоков. Стратегия и менеджмент обслуживания

Основы технологии обслуживания во внутреннем туризме

Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме

Особенности организации обслуживания иностранных туристов

Специфика работы гидов и сопровождающих с иностранными группами

Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма

Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия

Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности

Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний

Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и реализации турпродуктов

Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта

Онлайн-решения и технологии в туроператорской деятельности

Методические указания по написанию реферата, критерии оценки

Реферат (от латинского «*referre*» – докладывать, сообщать) – небольшая письменная работа, посвященная определенной теме, обзору источников по какому-то направлению. Обычно целью реферата является – сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме.

Тема реферата должна увлекать, в первую очередь, самого студента, ведь ему придется изрядно потрудиться над её раскрытием. Темы рефератов, как правило, предлагают преподаватели. Студент выбирает интересную для него тему из общего списка и согласовывает свой выбор с преподавателем.

В ходе выполнения работы студент не только получает сведения в определенной области, но и развивает практические навыки анализа научной литературы.

Ниже перечислены основные требования к оформлению работы, но следует помнить, что на некоторых кафедрах университета разработаны собственные правила оформления реферата.

Оформляем и структурируем

Реферат состоит из введения, основного текста, заключения и списка литературы. Реферат при необходимости может содержать приложение. Каждая из частей начинается с новой страницы.

Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. В конце заголовка точку не ставят. Расстояние между заголовком и последующим текстом должно быть не менее 10 мм.

Титульный лист

Титульный лист является первой страницей реферата, заполняется по строго определенным правилам и оформляется на отдельном листе бумаги (скачать образец).

Нормы оформления титульного листа могут зависеть от принятых на кафедре стандартов. Поэтому рекомендуется ознакомиться с работами предшественников-студентов старших курсов. Тем не менее существует общепринятый стандарт оформления титульного листа реферата.

Оглавление

Оглавление размещается после титульного листа. Слово «Оглавление» записывается в виде заголовка (по центру). В оглавлении приводятся все заголовки работы и указываются страницы. Оглавление должно точно повторять все заголовки в тексте.

Во введении реферата указываются актуальность темы реферата, цель реферата, задачи, которые необходимо решить, чтобы достигнуть указанной цели. Кроме того, во введении реферата дается краткая характеристика структуры работы и использованных информационных источников (литературы). Объем введения для реферата – 1-1,5 страницы.

Основной текст

Основной текст разделён на главы. Если текст достаточно объёмный, то главы дополнительно делятся на параграфы. Главы можно заканчивать выводами, хотя для реферата это не является обязательным требованием. Главы и параграфы реферата нумеруются. Точка после номера не ставится. Номер параграфа реферата включает номер соответствующей главы, отделяемый от собственного номера точкой, например: «1.3». Заголовки не должны иметь переносов и подчеркиваний, но допускается выделять их полужирным шрифтом или курсивом.

Если реферат маленький (общий объем – 8-10 стр.), то его можно не разбивать на главы, а просто указывается «Основная часть», которая выступает в качестве заголовка единственной главы. Однако все-таки предпочтительнее, чтобы текст был разбит на главы (хотя бы две). Обычно в реферате 3-4 главы. Каждая новая глава начинается с новой страницы. На основную часть реферата приходится 6-16 страниц.

Заключение

В заключении формируются выводы, а также предлагаются пути дальнейшего изучения темы. Здесь необходимо указать, почему важны и актуальны рассматриваемые в реферате вопросы. В заключении должны быть представлены ответы на поставленные во введении задачи, сформулирован общий вывод и дано заключение о достижении цели реферата. Заключение должно быть кратким, четким, выводы должны вытекать из содержания основной части.

Список литературы

При составлении списка литературы следует придерживаться общепринятых стандартов. Список литературы у реферата – 4-12 позиций. Работы, указанные в списке литературы, должны быть относительно новыми, выпущенными за последние 5-10 лет. Более старые источники можно использовать лишь при условии их уникальности. Как оформить список литературы, можно узнать здесь.

Приложения

Приложения должны нумероваться арабскими цифрами. В правом верхнем углу указывают: «Приложение 1», а с новой строки – название приложения. Пример оформления показан ниже:

Критерии оценки

оценка	показатели
«отлично»	если все задания выполнены правильно, студент свободно владеет материалом дисциплины, формулирует правильные выводы
«хорошо»	если при выполнении задания допускаются небольшие неточности, непринципиальные ошибки или содержание ответа недостаточно полно
«удовлетворительно»	если задания выполнены не полностью, отсутствует логичная структура изложения материала, допущены ошибки при формулировании некоторых понятий дисциплины
«неудовлетворительно»	если задания не выполнены, студент не владеет материалом дисциплины и допускает грубые ошибки

ОПРОС

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

Перечень вопросов:

1. Государственный надзор в сфере туристской деятельности
2. Основные положения закона «Об основах туристской деятельности в РФ»
3. Требования к предоставляемому финансовому обеспечению ответственности туроператора. Договор страхования ответственности туроператора

Тема 1.2. Условия осуществления туроператорской деятельности

Перечень вопросов:

1. Основные задачи и функции туроператора
2. Основные субъекты туристского рынка
3. Условия осуществления туроператорской деятельности в Российской Федерации

Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний

Перечень вопросов:

1. Виды туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг

2. Формы и особенности работы туроператоров выездного туризма
3. Особенности работы туроператора на внутреннем и въездном направлениях

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

1. Способы исследования предпочтений потребителей туристского продукта
2. Принципы сегментирования туристского рынка
3. Правила проведения опроса и анкетирования потенциальных потребителей
4. Методы проведения предложений на туристском рынке

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

Перечень вопросов:

1. Туристский продукт: определение, содержание. Основные потребительские свойства туристского продукта
2. Туристский продукт: понятие, виды, уровни, стадии создания
3. Стадии создания турпродукта
4. Туристская услуга: понятие, виды
5. Виды турпродукта

Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг

Перечень вопросов:

1. Схемы сотрудничества туроператорских компаний с поставщиками транспортных услуг
2. Схемы сотрудничества туроператорских компаний с поставщиками услуг размещения
3. Ассоциация «Турпомощь»
4. Критерии оценки потенциальных партнеров по предоставлению туристских услуг

Тема 2.4. Технология формирования турпродукта

Перечень вопросов:

1. Технология формирования турпродукта
2. Основные положения ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
3. Принципы отбора туристских услуг для формирования турпродукта
4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов

Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта

Перечень вопросов:

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

Тема 3.2. Формирование сбытовой сети

Перечень вопросов:

1. Принципы формирования сбытовой сети
2. Деятельность туроператорских компаний по формированию сети уполномоченных турагентств
3. Деятельность туроператорских компаний по формированию сети франчайзинговых турагентств
4. Агентское соглашение: актуальные требования
5. Существенные условия договора о реализации туристского продукта
6. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама
7. Стимулирование агентской сети

Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта

Перечень вопросов:

8. Основные приемы при установлении связей со средствами массовой информации

- 9. Организация инфотуров
- 10. Функции рекламы в туризме. Проведение рекламной кампании
- 11. Формы реализации туристского продукта
- 12. Этапы реализации туристского продукта

Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта

Перечень вопросов:

- 1. Процесс внедрения новых информационных систем в турфирме
- 2. Понятие и сущность стандартов обслуживания
- 3. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта

Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме

Перечень вопросов:

- 1. Организация процесса обслуживания туристических потоков. Стратегия и менеджмент обслуживания
- 2. Основы технологии обслуживания во внутреннем туризме

Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме

Перечень вопросов:

- 1. Особенности организации обслуживания иностранных туристов
- 2. Специфика работы гидов и сопровождающих с иностранными группами

Тема 4.3. Обеспечение безопасности в сфере туризма

Перечень вопросов:

- 1. Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия
- 2. Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности

Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний

Перечень вопросов:

- 1. Цифровые решения для выявления потребительского спроса, продвижения и реализации турпродуктов
- 2. Онлайн-решения и технологии в туроператорской деятельности

Критерии оценки:

1 вариант

оценка	показатели
«зачет»	5,4,3
«незачет»	2

ПРАКТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ (ПР)

ПР № 1

Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний

Задание:

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

ПР № 2

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Задание:

1. 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.
2. Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

ПР № 3**Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг****Задание:**

1. 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.
2. Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

ПР № 4**Тема 2.4. Технология формирования турпродукта**

Провести исследование аналогичных турпродуктов на туристском рынке исследуемого региона (по теме курсового проекта)

Решение ситуационной задачи. Сформировать тур по заказу клиента и рассчитать стоимость тура.

Раздел 3. Продвижение и реализация турпродукта**Тема 3.1. Основные формы и методы продвижения турпродукта**

Разработать программу продвижения тура «Смоленские этюды» от туроператора «Мастерская путешествий» в своем регионе (субъекте Российской Федерации).

Программа тура по ссылке <https://masput.ru/tours/smolenskie-etyudi-vyazyma-muzey-usadyba-a-s-griboedova-smolensk-flenovo-talashkino-avtobusniy-tur-2-dnya>

Параметры работы

1. Дать характеристику и обосновать основные преимущества предложенного турпродукта.
2. Определить и обосновать целевые группы – потребителей турпродукта и отношение целевой группы к определенной сфере b2b, b2c, b2g, представить анализ целевой аудитории (географические, социально-экономические, личностные и поведенческие характеристики).
3. Подобрать и обосновать оптимальные online и offline инструменты продвижения с обоснованием и ориентацией на целевые группы потребителей.

Разработать план-график мероприятий по продвижению турпродукта с указанием этапов реализации.

Тема 3.2. Формирование сбытовой сети

Представить тургентствам, работающим с туроператором (турагентская сеть) новый турпродукт (новый тур по теме курсового проекта).

Параметры работы

1. Представить разработанную программу нового тура по дням с таймингом и обоснованием включенных в тур туристских услуг (соответствие запросам и потребностям потенциальных потребителей).

2. Провести сравнительный анализ разработанного тура с имеющимися на рынке аналогичными турами
 3. Определить конкурентные преимущества разработанного тура
 4. Обосновать привлекательность и конкурентоспособность разработанного тура
 5. Предложить турагентам привлекательную программу сотрудничества
- Практическое занятие проводится в формате деловой игры - семинара, где каждый докладчик (обучающийся) представляет туроператора, предлагающего турагентам для продвижения и реализации новый турпродукт.

Остальные участники выполняют роль турагентов: выбирают туроператора и турпродукты, которые их заинтересовали и обосновывают почему.

Тема 3.3. Особенности реализации турпродукта

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

Тема 3.4. Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта

Решение ситуационных задач по формированию заказных туров

В туристическую компанию поступил запрос от турфирмы г. Екатеринбурга составить программу пребывания в Москве для школьной группы на 2 дня/1 ночь. Группа (20 shk. + 2 сопр.), возраст 12-14 лет, первый раз в Москве, кроме экскурсий, музеев в программу просят включить интерактивные экскурсии или мастер-классы. Питание 2-х разовое. Размещение: 2-3-х местн. номера. Обоснуйте привлекательность, конкурентоспособность сформированного турпродукта.

Задание: выявить запросы потребителя, разработать программу тура, выбрать оптимальную транспортную схему, подобрать места размещения, питания и экскурсионные объекты посещения. Экскурсионная программа разрабатывается с оптимальным отбором объектов показа и с указанием затрат времени. Подготовить презентацию к своему выступлению, в котором отразить особенности разработанного тура.

Раздел 4. Специфика обслуживания туристов во внутреннем и въездном туризме

Тема 4.1. Организация обслуживания туристских групп во внутреннем туризме

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

Тема 4.2. Организация обслуживания туристских групп во въездном туризме

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

Тема 4.4. Внедрение цифровых технологий в деятельность туроператорских компаний

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

Методические указания по выполнению практической работы

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

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

1. Основные требования и рекомендации при выполнении практической работы

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

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

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

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

4. В содержание должны быть три основных раздела:

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

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

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

Введение и заключение тесно связываются с основным разделом практической работы.

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Требования к оформлению практической работы

1. Практическая работа имеет титульный лист.

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

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

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

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	
«хорошо»	
«удовлетворительно»	
«неудовлетворительно»	

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (КР)

КР № 1

Тема 1.3. Виды и специфика деятельности туроператорских компаний

Задание:

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

КР № 2

Тема 2.1. Методы исследования туристского рынка

Задание:

1. 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.
2. Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

КР № 3

Тема 2.3. Схемы сотрудничества с поставщиками туристских услуг

Задание:

1. 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.
2. Составить таблицу требований к отелям по звездности. Изучить отели г. Москвы. Подготовить доклад на 5-7 мин. об отелях Москвы по категориям звездности.

КР № 4

Тема 2.4. Технология формирования турпродукта

Провести исследование аналогичных турпродуктов на туристском рынке исследуемого региона (по теме курсового проекта)

Решение ситуационной задачи. Сформировать тур по заказу клиента и рассчитать стоимость тура.

Методические указания по выполнению контрольной работы

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

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

1. Основные требования и рекомендации при выполнении контрольной работы

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

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

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

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

4. В содержание должны быть три основных раздела:

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

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

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

Введение и заключение тесно связываются с основным разделом контрольной работы.

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Требования к оформлению контрольной работы

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

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

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

Критерии оценки:

1 вариант	
оценка	показатели
«зачет»	5, 4, 3
«незачет»	2

Деловая игра «Студенческая туристическая выставка «МГИФКСиТ»

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

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

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