




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета сервиса и рекламы

В.К. Карнаухова

«19» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.16 Организация туристской деятельности**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).
Направление подготовки: **43.03.02 Туризм**
(код, наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки: **Туризм**
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения: заочная
(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий*))

Согласовано с УМК факультета
сервиса и рекламы

Рекомендовано кафедрой туризма:

Протокол № 6 от «19» июня 2019 г.

Протокол № 12 от «14» июня 2019 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

и.о. зав. кафедрой  В.Н. Наконечных

Содержание

	стр.
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
4. Содержание и структур дисциплины	6
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	6
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
4.3 Содержание учебного материала	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	25
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	26
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	26
6. Материально-техническое обеспечение дисциплины	27
7. Образовательные технологии	28
8. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	29

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса Организация туристской деятельности - формирование комплекса знаний об основах организации туристской деятельности, включающих в себя организационные основы туроператорской и турагентской деятельности, создание и продвижение туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований.

Исходя из цели, в процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

В соответствии с указанной целью при изучении дисциплины решаются следующие задачи:

- изучить современные тенденции развития индустрии туризма и ее влияние на основные подходы к организации данной деятельности;
- изучить организационно-функциональные основы управления туристскими предприятиями;
- раскрыть важнейшие условия организации туроператорской и турагентской деятельности;
- обучить составлять, формировать и продвигать туристский продукт;
- ознакомить со спецификой работы отдельных видов деятельности в сфере туризма;
- обучить анализировать и составлять договорную документацию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1 Учебная дисциплина **Организация туристской деятельности** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: География, Страноведение, Менеджмент.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Туристское регионоведение России, Анимация в отрасли, Маркетинг, Логистика и транспортное обеспечение в отрасли, Безопасность в отрасли, Региональные особенности туроператорской и турагентской деятельности, Туристско-рекреационное проектирование.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) **туризм**:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
<i>ПК-2 Способен проектировать объекты туристской деятельности</i>	<i>ИДК ПК-2.1 Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия</i>	Знать: организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности
	<i>ИДК ПК-2.4 Формирует идею проекта,</i>	

	<p><i>организует проектную деятельность</i></p>	<p>туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме. Уметь: составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности, компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме. Владеть: навыками создания новых туристских продуктов; основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности.</p>
<p>ПК-3 <i>Способен организовать, координировать и контролировать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности</i></p>	<p><i>ИДК ПК-3.1</i> <i>Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности</i></p> <hr/> <p><i>ИДК ПК-3.2</i> <i>Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации</i></p>	<p>Знать: -основные правовые положения туристов и ответственность перевозчиков; важнейшие документы, регулирующие отношения перевозчиков и туристов; тенденции и проблемы, возникающие в отношениях турорганизаторов и транспортных предприятий. -знать правила расчета затрат по организации транспортного обслуживания туристов - современные технологии, используемые в транспортном обслуживании туристов Уметь: -использовать полученные знания при анализе как международных, так и внутренних перевозок туристов; - правильно оформлять документы, регулирующие отношения между перевозчиком и турорганизатором; - выявлять основные транспортные проблемы,</p>

		<p>возникающие в процессе подготовки и осуществления туров, и пути их решения.</p> <ul style="list-style-type: none">- использовать полученные знания для оценки затрат, связанных с организацией турпродукта. <p>Владеть: -способами решения проблем, возникающих в процессе подготовки и осуществления транспортного обеспечения туров.</p> <ul style="list-style-type: none">-владеть инновационными технологиями в туристской деятельности
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

**Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов,
в том числе 1 зачетная единица, 13 часов на экзамен
Форма промежуточной аттестации: зачет и экзамен**

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1	Раздел 1. Введение в предмет и актуальное состояние туристской отрасли	3	2	2		30	
2	Раздел 2. Туроперейтинг - структура формирующая продукт и ее основные функции	3	2	2		30	тестирование
	зачет						зачет
3	Раздел 3. Турпродукт, его свойства и особенности его формирования	4	2	2		30	тестирование
4	Раздел 4. Сеть поставщиков услуг, их функции и особенности договорных отношений	4	1	2		30	тестирование
5	Раздел 5. Продвижение на рынке и особенности сбыта турпродукции как через собственные пункты продаж, так и через сбытовую сеть	4	1	2		29	тестирование
	КР	4					

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
	Экзамен						экзамен
Итого часов			8	10		149	13

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
3	Раздел 1. Введение в предмет и актуальное состояние туристской отрасли	доклад	неделя	30	форлабс	литература
3	Раздел 2. Туроперейтинг - структура формирующая продукт и ее основные функции	доклад	неделя	30	форлабс	интернет
4	Раздел 3. Турпродукт, его свойства и особенности его формирования	доклад	неделя	30	форлабс	нормативные документы
4	Раздел 4. Сеть поставщиков услуг, их функции и особенности договорных отношений	реферат	неделя	30	форлабс	компьютерный класс
4	Раздел 5. Продвижение на рынке и особенности сбыта турпродукции как через собственные пункты продаж, так и через сбытовую сеть	реферат	неделя	29	форлабс	географические карты

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
		Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)			149	
		Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)			149	

4.3 Содержание учебного материала

№п/п	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Формируемые компетенции
1.	Раздел 1. Введение в предмет и актуальное состояние туристской отрасли	<p>Тема 1. Краткий экскурс в историю формирования турпродукта Причины появления туризма как отрасли бизнеса. Первые массовые туристские путешествия в Англии с 1841 г. Томас Кук - первый создатель турпродукта. Развитие туризма в Советском Союзе. ВАО «Интурист», профсоюзный туризм, БММТ «Спутник», детский и самодетельный туризм. Развитие туризма в зарубежных странах. Основные этапы (до 1914 г., 1918 - 1939, 1946 и далее) и их общая характеристика. Экономика туристской отрасли. Стимулирующее влияние турбизнеса на развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, связи, товаров народного потребления; потери России от невнимания к развитию отрасли туризма. Предпринимаемые шаги по развитию индустрии туризма в России, прогнозы и перспективы.</p> <p>Тема 2. Индустрия туризма и ее развитие в современных условиях Индустрия туризма - наиболее динамичная отрасль международной торговли услугами. Основные тенденции. Факторы, влияющие на развитие туризма. Функции турбизнеса в экономике отдельных стран. Значение туризма как источника валютных поступлений. Значение для развития индустрии туризма гостиничных комплексов и негостиничных объектов. Инфраструктура индустрии туризма. Новый вид размещения - таймшер.</p> <p>Тема 3. Особенности международного турбизнеса. Виды туризма Общая характеристика въездного и выездного потоков. Деловой, индивидуальный и специализированный туризм. Перспективы развития конгрессного туризма. Нормативно-правовая база для развития международного туризма. Качество и стандарты международного турбизнеса.</p> <p>Тема 4. Государственное регулирование и организационные схемы управления туристскими предприятиями Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности.</p>	ПК-2 ПК-3

		<p>Нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность. WTO. Структура управления туризмом в России и по регионам. Общественные туристские организации. Периодические издания турбизнеса.</p>	
2.	<p>Раздел 2. Туроперейтинг - структура формирующая продукт и ее основные функции</p>	<p>Тема 5. Понятия и виды деятельности туроператора. Причины возникновения бизнеса туроператора. Определение туроперейтинга. Различия туроператора и турагента. Типы туроперейтинга. Основные функции туроперейтинга.</p> <p>Тема 6. Туристско-рекреационные ресурсы и туристское районирование Ресурсы и составляющие компоненты для развития турбизнеса. Определение и свойства туристских ресурсов. Природные и инфраструктурные туристские ресурсы. Влияние индустрии туризма на экосистемы. Рекреационные системы и воспроизводство туристских ресурсов. Туристские экономические районы и зоны в Российской Федерации. Ограничения и запрещения по использованию туристско-рекреационных ресурсов.</p> <p>Тема 7. Разработка маршрутов Основные понятия и определения: маршрут, тур, туристская путевка, ваучер, туристское агентство. Классификация туристских маршрутов. Этапы разработки и утверждения туристского маршрута. Оформление паспорта маршрута.</p> <p>Тема 8. Проектирование тура Порядок формирования и реализации туров. Свойства и качества тура. Законодательные документы, определяющие проектирование тура согласно ГОСТ. Технологическая документация. Этапы проектирования путешествия. Качество маршрута и турпродукта и его соответствие с информационно-рекламными характеристиками. Рекламный тур.</p> <p>Тема 9. Программа обслуживания Порядок составления программы обслуживания. Уровень обслуживания туристов и его параметры. Оптимальная программа обслуживания – основополагающее в технологии организации туров.</p>	<p>ПК-2 ПК-3</p>
3.	<p>Раздел 3. Турпродукт, его свойства и особенности его формирования</p>	<p>Тема 10. Туристский продукт и технология индустрии туризма. Дополнительные услуги в турбизнесе</p>	<p>ПК-2 ПК-3</p>

		<p>Определение и характеристика туристского продукта. Классификация туристских предприятий, организаций и учреждений. Факторы, обуславливающие развитие туристской индустрии и создание турпродукта. Определение и типология туристских услуг. Основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги. Жизненный цикл турпродукта.</p> <p>Тема 11. Создание привлекательного туристского продукта. Виды туров. Потребительские свойства турпродукта. Слагаемые гостеприимства и принципы, заложенные в технологию обслуживания. Классы обслуживания.</p> <p>Тема 12. Пакет услуг. Различия основных и дополнительных услуг. Определение пакета услуг. Факторы, влияющие на комплектацию турпакета. Групповая поездка – заказной и инклюзив-тур. Преимущества и недостатки заказных и инклюзив-туров.</p> <p>Тема 13. Цена турпакета. Факторы, влияющие на ценообразование в туризме. Составляющие цену турпакета. Формула ценообразования турпакета. Сопоставление двух методов расчета цены. Особенности расчетов: чартерные рейсы, принцип “back to back”, затратный метод расчета. Расчет критерия безубыточности. Директ-костинг.</p>	
4.	<p>Раздел 4. Сеть поставщиков услуг, их функции и особенности договорных отношений</p>	<p>Тема 14. Поставщики услуг - контрагенты Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на туре. Мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте. Выбор поставщика услуг. Комплексное соответствие предлагаемых услуг определенному клиенту.</p> <p>Тема 15. Планирование тура. Договорная компания с поставщиками услуг Туроперейтинговая программа. Виды договорных отношений с контрагентами. Контрактная форма и договорный план. Договор между туроператорами. Подготовительный этап договорной компании. Правила психологического подхода к ведению переговоров.</p> <p>Тема 16. Договорные отношения в туристском бизнесе Нормативно-правовая база договорных отношений. Порядок возмещения убытков</p>	<p>ПК-2 ПК-3</p>

		<p>по неисполненному договору. Специфика заключения договоров (контрактов) с зарубежными партнерами. Взаимоотношения клиента с туристской фирмой. Типовые договоры, применяемые в различных сферах деятельности туристской фирмы. Практические рекомендации по составлению договоров. Основные правила составления договоров. Приложения к договору. Права и обязанности сторон по договору. Ответственность сторон по договору на оказание туристических услуг. Основания изменения и расторжения договора.</p> <p>Тема 17. Туристская документация Технологическая документация туров. Договор с клиентом и соответствие его нормативному акту. Форма туристской путевки. Обязательная и дополнительная информация для туриста.</p> <p>Тема 18. Гостиничный менеджмент Средства размещения, их классификация. Туристская гостиница, назначение, особенности. Услуги туристских гостиниц. Коэффициент загрузки гостиницы. Классификация гостиниц и номеров. Правила предоставления гостиничных услуг. Управление качеством обслуживания. Договор с гостиничным предприятием.</p> <p>Тема 19. Организация и технология питания в туризме Классификация и требования к предприятиям питания в туризме. Режим и ассортимент питания туристов с учетом особенностей национальной кухни. Категории предприятий туристской индустрии питания. Общие и дополнительные требования к туристским предприятиям питания. Технологическая схема обеспечения питания туристов: «полупансион», «полный пансион». Методы организации питания: «Шведский стол», «Табльдот», «А-ля карт». Дополнительные и сопутствующие услуги в ресторанном сервисе. Управление предприятиями питания. Обзор производства продуктов питания. Значение и функции ресторанного меню. Договор с предприятием питания.</p> <p>Тема 20. Транспортное обслуживание туристов. Технологические схемы транспортного обслуживания Состояние транспортной системы обслуживания туристов. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств. Требования</p>	
--	--	--	--

		<p>туристов к туристскому транспорту и путешествиям. Техничко-экономические показатели работы подвижного состава, обслуживающего транспортные путешествия. Специфика организаций транспортных путешествий на международных маршрутах. Требования к безопасности транспортных путешествий. Защита прав потребителей при оказании транспортных услуг. Договор с транспортным предприятием.</p> <p>Тема 21. Экскурсионное обслуживание туристов</p> <p>Определение туристской экскурсии и требования, предъявляемые к экскурсии. Классификация экскурсий по признакам (содержание, тематика, состав участников, место проведения, способ передвижения, продолжительность, форма проведения). Технология подготовки и проведения экскурсий. Паспорт объектов экскурсии. Многоплановые, комплексные экскурсии. Знания, умения и техника работы экскурсовода. Психолого-педагогические и социально-психологические аспекты экскурсионного общения и психология воздействий на экскурсантов (туристов). Договор с экскурсионной фирмой, музеем.</p>	
5.	<p>Раздел 5. Продвижение на рынке и особенности сбыта турпродукции как через собственные пункты продаж, так и через сбытовую сеть</p>	<p>Тема 22. Сбытовая деятельность в турбизнесе</p> <p>Управление сбытом в общей системе руководства предприятием. Прогнозирование емкости рынка и объема сбыта. Каналы реализации и формы продажи. Агенты по сбыту (продаже). Информационные системы и сбытовая деятельность. Методы стимулирования сбыта. Совокупность средств продвижения турпродукта. Процесс творческой продажи. Типы продавцов. Личная продажа.</p> <p>Тема 23. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение</p> <p>Правоспособность, дееспособность, кредитоспособность фирмы и способы их подтверждения. Нормативные акты, регламентирующие заключение агентских соглашений. Правила, нормы и порядок оформления агентского соглашения. Ответственность и форс-мажорные обстоятельства. Оформление претензий и сроки. Разрешение споров.</p> <p>Тема 24. Стратегия рекламной кампании тур фирмы</p> <p>Туристская реклама в Российской Федерации и за рубежом. Нормативно-</p>	<p>ПК-2</p> <p>ПК-3</p>

		<p>правовая база рекламного бизнеса в России. Виды туристской рекламы и ее рейтинг. Реклама и имидж туристской фирмы. Правила проведения рекламной кампании туристской фирмы. Калькуляция расходов на рекламную кампанию. Принципы и методы рекламной деятельности. Аргументация и логика рекламы.</p> <p>Нерекламные методы продвижения турпродукта. Каталог туроператора.</p> <p>Тема 25. Выставки, ярмарки, биржи в турбизнесе</p> <p>Цели участия в выставках. Смета расходов для участия в выставках, ярмарках, турбиржах. Подбор и подготовка персонала. Участие в зарубежных выставках. Проект экспозиции. Методы и приемы работы на стенде. Планирование участия в выставках.</p> <p>Тема 26. Деловая переписка в туристском бизнесе</p> <p>Роль и место почтового отправления в предпринимательской деятельности. Некоторые правила составления деловых писем. Типовая структура делового письма. Графическое оформление делового письма.</p>	
--	--	--	--

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела (модуля) и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудо-емкость (часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1	<p>Предмет организации туристической деятельности.</p> <p>Цель: закрепить основные понятия и категории предмета</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1.Какое время в истории можно назвать началом современного туризма?</p> <p>2.Дайте определение понятиям «турист», «туризм», «туристская отрасль», «туристская индустрия».</p> <p>3.Назовите факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания.</p> <p>4.Какие условия необходимы для успешного функционирования туристского центра?</p>	12	Доклад	ПК-2 ПК-3

		<p>5.Что входит в понятие «инфраструктура» туристской отрасли?</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <p>1.Причины и факторы возникновения и развития туризма.</p> <p>2.Функции, присущие туристскому отдыху.</p> <p>3.Организации, занимающиеся туризмом в нашей стране.</p> <p>4.Факторы конкурентоспособности туристского обслуживания.</p> <p>5.Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: устный опрос</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты.</p>			
2	Тема 2	<p>Организационные основы туризма.</p> <p>Цель: Изучить особенности организации различных видов туристской деятельности</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1.Как туроператоры подразделяют туры с точки зрения их организации и финансирования?</p> <p>2.Что представляет собой индивидуальные туры FIT?</p> <p>3.Расскажите о работе итальянской фирмы UTAT, обслуживающей индивидуальные туры.</p> <p>4.Что такое инсентив-тур, поощрительный тур, тур «включено все»?</p> <p>5. На какие виды можно разделить туристские компании?</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>1.Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.</p> <p>2. История и динамика развития религиозного и паломнического туризма.</p> <p>3.Европейские туроператоры и их роль на европейском туристском рынке.</p>	12	Реферат	ПК-2 ПК-3

		<p>4. Социальный туризм- содержание и экономические основы.</p> <p>5. Таймшер – перспективы мирового развития</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, решение задач.</p> <p>Формы контроля самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты</p>			
3	Тема 3	<p>Теория туристского продукта</p> <p>Цель: изучить виды, формы и элементы турпродукта</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение понятия «туристский продукт». 2. Назовите основные составляющие рынка туристских услуг, сегменты рынка. 3. Что такое туристский маршрут? 4. Какие виды услуг входят в турпакет. 5. По каким признакам дается классификация туристских маршрутов и туров? 6. Охарактеризуйте порядок разработки туристского продукта. 7. Для сего необходимо изучение спроса, определение видов, форм и элементов турпродукта? 8. По каким критериям происходит оценка экономической эффективности и целесообразности разработки продукта. <p>Практическое занятие:</p> <p>Выполнение заданий по расчету эластичности спроса от цены и дохода.</p> <p>Оценка экономической эффективности продукта.</p> <p>Составление различных тематических программ обслуживания.</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы изучения спроса на туристские товары и услуги 2. Методика оценки экономической эффективности турпродукта. 3. Показатели потребительских 	12	Тест	ПК-2 ПК-3

		<p>свойств тура.</p> <p>4. Примеры различных тематических программ обслуживания.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, решение задач</p> <p>Формы контроля самостоятельной работы студентов: тестирование, доклады</p>			
4	Тема 4	<p>Туристская индустрия</p> <p>Цель: изучить классификацию, функции, особенности деятельности основных участников туристского сектора.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что означает понятие «туристская индустрия»? 2. Назовите основные сегменты туристского рынка. 3. Приведите примеры дифференцированного подхода к организации туристского обслуживания. 4. Расскажите о международной классификации гостиниц. 5. Назовите основных участников туристского сектора. 6. Назовите основные типы туристских гостиниц и функциональные требования к ним. 7. Назовите виды транспорта, используемые для туристских перевозок.. 9. Какие вы знаете крупнейшие авиакомпании мира? <p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инфраструктура туризма: основные составляющие. 2. Страхование в туризме. 3. Банковские и финансовые услуги в развитии туристского бизнеса. 4. Роль информационных услуг в становлении и развитии туристской индустрии. 5. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ и мире. 6. Ресторанный бизнес в системе туристской индустрии. <p>Формы текущего контроля знаний: опрос</p>	12	Задачи.	ПК-2 ПК-3

		Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты			
5	Тема 5	<p>Безопасность туризма</p> <p>Цель: закрепить знания по организации безопасности туристов.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите основные факторы воздействия окружающей среды на контингент туристов. 2. В чем заключается особенность учета национального менталитета для обеспечения безопасности туристов. 3. Назовите негативные факторы воздействия туризма на окружающую среду. 4. Какие меры предпринимают туристические органы для обеспечения личной безопасности и безопасность имущества туристов?. 5. Какие меры воздействия могут применяться в случае нарушения туристами установленных правил? <p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Факторы воздействия окружающей среды на развитие туризма в отдельных регионах мира. 2. Физические перегрузки и нервно-психические факторы в турпоездах. <p>Формы текущего контроля знаний: опрос</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты</p>	12	Доклад	ПК-2 ПК-3
6.	Тема 6	<p>Правовые основы туристской деятельности</p> <p>Цель: изучить основные нормативные документы, регламентирующие туристскую деятельность в России и мировом сообществе.</p> <p>Вопросы для контроля знаний:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается необходимость лицензирования туристской деятельности, стандартизации и сертификация 	12	Доклад	ПК-2 ПК-3

		<p>услуг?</p> <p>2. Перечислите основные документы, регламентирующие туристскую деятельность в РФ.</p> <p>3. Назовите органы управления туристской отраслью в РФ.</p> <p>4. Перечислите экономические методы поддержки развития туризма.</p> <p>5. Перечислите задачи государственной политики в сфере туризма в РФ.</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <p>1. Правовое и экономическое регулирование отношений в сфере туризма.</p> <p>2. Роль государства и задачи государственной политики в развитии туризма.</p> <p>3. Структура управления туристской отраслью в РФ.</p> <p>4. Роль международных туристских организаций в развитии туризма.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование</p>			
7.	Тема 7	<p>Туристические ресурсы</p> <p>Цель: Углубить знания по классификации туристических ресурсов.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. Назовите факторы развития экологического туризма.</p> <p>2. Что такое «туристическая территория»?</p> <p>3. Для чего необходимо оценивать пропускной потенциал территории?</p> <p>4. Чем отличаются национальные парки, заповедники, охраняемые территории?</p> <p>5. Есть ли разница в понятиях «экологический туризм» и «аграрный туризм»?</p> <p>6. Перечислите мировые регионы и центры экологического туризма.</p>	12	Тест	ПК-2 ПК-3

		<p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экологический туризм в России. 2. История возникновения и перспективы развития экологического туризма. 3. Мировые регионы и центры экологического туризма. <p>Формы текущего контроля знаний: опрос</p> <p>Формы контроля самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты.</p>			
8	Тема 8	<p>Типология туристских центров</p> <p>Цель: научиться составлять циклы рекреационной деятельности</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое рекреационное проектирование? 2. Каковы цели туристской статистики? 3. Назовите несколько типов рекреационной деятельности 4. В чем заключается разница в понятиях «центр туризма» и «туристский центр»? 5. Что изучает таксономия? <p>Практическое занятие.</p> <p>Используя таблицу ЭРЗ и ТРД составьте несколько циклов рекреационной деятельности.</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методика количественной оценки рекреационного потенциала туристских центров 2. Статистическая типология - основа классификации туристских центров. 3. Рекреационное районирование России. <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, решение задач</p> <p>Формы контроля самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты.</p>	12	Задачи	ПК-2 ПК-3
9	Тема 9	<p>Региональный туризм</p> <p>Цель: изучить особенности влияния туризма на развитие экономики регионов.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем вы видите основные факторы воздействия туризма на 	12	Тест	ПК-2 ПК-3

		<p>экономику региона?</p> <p>2.Как туризм влияет на развитие отраслей, выпускающих предметы потребления?</p> <p>3.Какие проблемы возникают в регионе с развитием туризма?</p> <p>4.Назовите функции социального воздействия туризма ?</p> <p>5.В чем вы видите влияние туризма на повышение уровня жизни населения ?</p> <p>6.В чем заключается экономическое воздействие туризма ?</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <p>1.Возможности экономического воздействия туризма.</p> <p>2.Проблемы местного туризма и пути их решения.</p> <p>3.Влияние туризма на развитие потребительского спроса, увеличение доходов транспортных, развлекательных предприятия, средств связи.</p> <p>4.Туризм и социальные проблемы общества.</p> <p>5.Гуманитарное значение туризма: совмещение отдыха с познанием, воспитание подрастающего поколения.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, дискуссия</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, доклады.</p>			
10	Тема 10	<p>Туризм и курортное дело</p> <p>Цель: изучить историю становления и основные факторы развития курортного дела в стране.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. Дайте определение курортного дела.</p> <p>2. Назовите основные виды природных лечебных ресурсов</p> <p>3. В чем заключается разница между курортом федерального и регионального значения?</p> <p>4. В каких законодательных и нормативных документах заложены принципы организации санаторно-курортного дела РФ?</p> <p>5. Перечислите крупнейшие бальнеологические курорты РФ.</p>	12	Доклад	ПК-2 ПК-3

		<p>6. Перечислите основные факторы развития курортов.</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История развития санаторно-курортного дела в мире и России. 2. Проблемы и перспективы развития курортной индустрии РФ 3. Современный рынок лечебного отдыха. 4. История развития курортов КМВ. 5. Современное состояние и перспективы развития курортов КМВ. <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, дискуссия</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты.</p>			
11	Тема 11	<p>Современное состояние и перспективы развития туризма в РФ.</p> <p>Цель: дать оценку состояния туристской отрасли в стране и охарактеризовать направления ее развития.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте положительные и отрицательные аспекты состояния туризма в РФ. 2. Какое влияние оказывают ресурсы и материальная база на развитие туризма ? 3. Потребительский рынок российского туристского продукта. 4. Назовите крупнейшие организации на российском туррынке. 5. Охарактеризуйте степень влияния международных туристских организаций и иностранного капитала на внутреннем рынке России. 6. Дайте определение понятия «выездной туризм». 7. В чем заключается необходимость составления туристского баланса по экспорту и импорту услуг? <p>Темы докладов/рефератов:</p>	12	Задачи	ПК-2 ПК-3

		<p>1. Современное состояние ресурсов и материальной базы туризма в РФ .</p> <p>2. Проблемы потребительского рынка российского туристского продукта.</p> <p>3. Международные туристские организации и иностранный капитал на внутреннем рынке России.</p> <p>4. Состояние туристского баланса РФ.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос</p> <p>Формы самостоятельной работы студентов: тестирование, рефераты</p>			
12	Тема 12	<p>Перспективы развития мирового туризма.</p> <p>Цель: закрепить знания полученные в результате изучения курса.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <p>1. Охарактеризуйте различия в развитии туристского рынка по регионам мира.</p> <p>2. Почему туризм занимает важное место в межотраслевом балансе развитых стран?</p> <p>3. Назовите главные тенденции развития мирового туризма.</p> <p>4. Организация международных контактов в области унификации законодательных актов.</p> <p>5. Назовите основные факторы, способствующие развитию мирового туризма.</p> <p>Темы докладов/рефератов:</p> <p>1. Тенденции развития мирового туризма</p> <p>2. Динамика въездного и выездного туризма в странах мира.</p> <p>3. Развитие мирового туризма на примере</p> <p>4. Факторы глобализации и перспективы развития туристского бизнеса.</p> <p>Формы текущего контроля знаний: опрос, дискуссия</p> <p>Формы контроля</p>	17	Тест	ПК-2 ПК-3

		самостоятельной работы студентов: тестирование, доклады			
	Итого:		149		

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение (для самостоятельной работы студентов)

№ нед.	Тема (раздел)	Вид самостоятельной работы	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Введение в предмет и актуальное состояние туристской отрасли	Подготовка к докладу	Выбрать тему для доклада и подготовить	ПК-2 ПК-3	ПК-2.1 ПК-2.4 ПК-3.1 ПК-3.2
2	Туроперейтинг - структура формирующая продукт и ее основные функции	Написание реферата	Выбрать тему для реферата и подготовить в соответствии с требованиями	ПК-2 ПК-3	ПК-2.1 ПК-2.4 ПК-3.1 ПК-3.2
3	Турпродукт, его свойства и особенности его формирования	Подготовка к докладу	Выбрать тему для доклада и подготовить	ПК-2 ПК-3	ПК-2.1 ПК-2.4 ПК-3.1 ПК-3.2
4	Сеть поставщиков услуг, их функции и особенности договорных отношений	Подготовка к тесту	Пройти тест	ПК-2 ПК-3	ПК-2.1 ПК-2.4 ПК-3.1 ПК-3.2
5	Продвижение на рынке и особенности сбыта турпродукции как через собственные пункты продаж, так и через сбытовую сеть	Решение задач	Решить задачи	ПК-2 ПК-3	ПК-2.1 ПК-2.4 ПК-3.1 ПК-3.2

4.4 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

При подготовке докладов:

Время для доклада - 5 минут, обязательно сопровождается презентацией не более 5-6 слайдов. На первом слайде – заголовок и автор. Слайды должны иллюстративно поддерживать текст выступления, могут содержать таблицы, графики, фото, наиболее значимую информацию, цитаты. Презентация должна заканчиваться выводом.

При подготовке реферата:

Реферат должен быть выполнен в соответствии с требованиями к курсовым и дипломным работам. Объем -10-15 страниц. Количество использованных источников – не менее 5. Содержание реферата представляется в виде доклада, сопровождаемого презентацией. Время для доклада - 5 минут, обязательно сопровождается презентацией не более 5-6 слайдов. На первом слайде – заголовок и автор. Слайды должны иллюстративно поддерживать текст выступления, могут содержать таблицы, графики, фото, наиболее значимую информацию, цитаты.

При подготовке к тесту:

Тест выполняется предварительно. Для корректного выполнения рекомендуется обращаться к основной и дополнительной литературе, а также интернет источникам в соответствии с тематикой теста.

При решении задач:

При решении задач важно показать ход решения. Всякий ответ должен аргументироваться со ссылкой на первоисточник (нормативный документ, правила, требования и т.д.). При выполнении вычислений должна быть показана вся цепочка действий.

При выполнении проекта:

Подготовка проекта является итогом изучения данной дисциплины. Под туром высокой мобильности понимается нахождение туриста в большем количестве мест за определенное время. При этом должны учитываться особенности расписания региональных перевозчиков, правила организации перевозок, вместимость транспортных средств и др. Тур должен предлагаться на территории Байкальского региона. Максимальное количество туристов – 10. Минимальное количество дней – 7. Презентация проекта должна быть выполнена в Microsoft Power Point или Prezi и содержать следующую информацию:

1. Количество дней, количество туристов.
2. Туристские ресурсы осваиваемой территории.
3. Маршрут, нанесенный на карту, привязанный к туристским ресурсам.
4. Описание средств общественного проживания и каждого вида транспорта, используемого в туре.
5. Карта временного передвижения на маршруте.
6. Схема безопасности на маршруте.
7. Разработка программы обслуживания группы.
8. Классификация затрат и выделение переменных.
9. Расчет себестоимости путевки.
10. Расчет эффективности проекта и уровня безубыточности.
11. Анализ потребительского спроса и конкурентной среды (маркетинговое исследование).

Защита проекта – 5-7 мин, дополнительно 2-3 минуты – ответы на вопросы. Проект может быть выполнен как индивидуально, так и двумя студентами.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) курсовая работа не предполагается

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»

а) основная литература

1. Кусков А.С. Основы туризма : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 388 с. – ISBN 978-5-406-00533-0 - 90 экз.
2. Темный Ю.В. Экономика туризма [электронный ресурс] / Л.Р. Темная, Ю.В. Темный - учебник. - М. : Издательство "Финансы и статистика", 2010. - с. 448. – ISBN 978-5-279-03468-0 - режим доступа ЭЧЗ «ЭВК Руконт».
3. Основы туризма: учеб. для обучения студ. вузов по напр. подготовки "Туризм", "Гостиничное дело", "Сервис" / Е. Н. Трофимов [и др.] ; ред. Е. Л. Писаревский. - М. : Федерал. агент-во по туризму, 2014. - 384 с. – ISBN 978-5-4365-0134-5 - 10 экз.
4. Чудновский А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учеб. пособие для обучения студ. вузов по напр. подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. - М. : Федерал. агент-во по туризму, 2014. - 300 с. - ISBN 978-5-4365-0139-0 - 10 экз.

б) дополнительная литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.: Изд-во Издательский дом Герда, 2008. – 570 с. – ISBN 978-5-94125-131-5 - 98 экз.
2. Буйленко В.Ф. Основы профессиональной деятельности в туризме и экотуризме : учеб. пособие / В. Ф. Буйленко. - Ростов н/Д : Феникс ; Краснодар : Неоглори, 2010. - 379 с. - ISBN 978-5-222-13939-4 - 1 экз.
3. Веткин В.А. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учеб.-метод. пособие / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 239 с. - ISBN 978-5-279-03482-6. - 1 экз.
4. Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учеб.-практ. пособие / О. Ю. Грачева [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2010. - ISBN 978-5-394-00712-5 - 1 экз.
5. Долженко Г.П. Основы туризма : учеб. пособие / Г.П. Долженко. - М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2009. - 319 с. - ISBN 978-5-241-00919-7 - 6 экз.
6. Косолапов А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : Учеб. пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева. - 3-е изд., испр. - М. : КноРус, 2007. - 199 с. - ISBN 978-5-85971-787-3 – 86 экз.

7. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А. Б. Косолапов. - 2-е изд., стер. - М.: КноРус, 2010. - 279 с. - 1 экз.
8. Мохова Ю.А. Турфирма. С чего начать, как преуспеть / Ю. А. Мохова, Г. А. Мохов. - СПб. : Питер, 2011. - 237 с. - ISBN 978-5-406-00226 - 7 экз.
9. Рубаник А.Н. Технологии въездного туризма : учеб. пособие / А. Н. Рубаник, Д. С. Ушаков. - 2-е изд., испр. - Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010. - 377 с. – ISBN 978-5-241-01015-5 - 2 экз.
10. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма : учеб. пособие / Д. С. Ушаков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс : МарТ, 2010. - 446 с. - ISBN 978-5-241-01004-9 - 1 экз.

в) периодические издания (при необходимости)

г) список авторских методических разработок

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

www.unwto.org - официальный сайт Всемирной туристской организации (ЮНВТО)

www.russiatourism.ru – официальный сайт Федерального агентства по туризму

www.tourinfo.ru – информационное агентство Туринфо

www.ratanews.ru – электронная газета туриндустрии

www.tourbus.ru – журнал «Турбизнес».

www.tour.irkobl.ru – сайт Агентства по туризму Иркутской области

www.sbat.info – официальный сайт Сибирской Байкальской Ассоциации Туризма

www.irkotur.com - сайт администрации Иркутской области. «Иркутск. Ворота Байкала».

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational

	<p>демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
<p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LG Flatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>	<p>OS Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p>

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии и	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2	30	Пер №8972331	2015	бессрочно

	1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: Отель, 8 1С:Оценка персонала, 8				
2.	AdobeAcrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12	Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP	130	Microsoft Invoice Number:	22.12.2014	бессрочно

	1License NoLevel Legalization GetGenuine		9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'		
13	OpenOffice 4.1.3	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообл адателя	бессрочн о
14	Perl 5.24.0	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообл адателя	бессрочн о
15	Postgresql 9.6.1	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/license/	Условия правообл адателя	бессрочн о
16	Protege	100	Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php	Условия правообл адателя	бессрочн о
17	Python 3	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html	Условия правообл адателя	бессрочн о
18	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообл адателя	бессрочн о
19	VirtualBox 5.1	Условия правообла дателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообл адателя	бессрочн о
20	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовател ьская лицензия № 0221209	2015	бессрочн о

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1.

1	Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
2	Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
3	Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
4	Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
5	Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
6	Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Раздел 1. Введение в предмет и актуальное состояние туристской отрасли	Практ. занятие	Подготовка эссе, доклада, реферата Выполнение контрольной работы Выполнение кейсов	4
2	Раздел 2. Туроперейтинг - структура формирующая продукт и ее основные функции	Практ. занятие	Подготовка эссе, доклада, реферата Выполнение контрольной работы Выполнение кейсов	4
3	Раздел 3. Турпродукт, его свойства и особенности его формирования	Практ. занятие	Ответы на контрольные вопросы Выполнение контрольной работы Выполнение проекта. Презентация проекта	4
4	Раздел 4. Сеть поставщиков услуг, их функции и	Практ. занятие	Дискуссия с элементами - мозгового штурма	4

	особенности договорных отношений			
5	Раздел 5. Продвижение на рынке и особенности сбыта турпродукции как через собственные пункты продаж, так и через сбытовую сеть	Практ. занятие	Подготовка к деловой игре	4
Итого часов				20

8.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства для входного контроля (могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами).

Пример вопросов теста для входного контроля:

8.2. Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с ЛНА университета (могут быть в виде тестов, ситуационных задач, деловых и ролевых игр, диспутов, тренингов и др. Назначение оценочных средств ТК – выявить сформированность компетенций или их составляющих частей– указать каких конкретно).

Примерные темы курсовых работ

1. Состояние и перспективы рекреационных ресурсов (на примере Иркутской, Читинской областей, Бурятии).
2. Роль транспортной инфраструктуры в развитии индустрии туризма (на конкретном примере).
3. Дополнительные услуги как фактор повышения прибыльности в международном туризме.
4. Курортно-санаторный туризм в Иркутской области и на других территориях.
5. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Иркутской области.
6. Этнокультурный туризм. Перспективы развития на Байкале и других территориях.
7. Инфраструктура индустрии туризма (зарубежный и отечественный опыт).
8. Научный туризм как разновидность экологического туризма (или как вид, входящий в структуру индустрии экотуризма).
9. Перспективы и формы развития молодежного туризма на Байкале.
10. Перспективы развития туризма в Бурятии и оригинальность местных туров.
11. Социально-психологические аспекты в туризме. Исследования и прикладное значение.
12. Разработка оригинального (фирменного) тура и обеспечение его эффективной практической реализации.
13. Проектирование и разработка перспективного тура с экономическим обоснованием.
14. Проектирование и разработка оригинального тура и предложения по его внедрению.
15. Приключенческий и экстремальный туризм. Анализ опыта и оценка перспектив.
16. Создание туристско-рекреационного комплекса в г. Байкальске и на других территориях.
17. Остров Ольхон как модельный объект (территория) развития экотуризма.
18. Религиозный туризм и остров Ольхон, как сакральный центр шаманизма.
19. Этнокультурный туризм и Окинское плоскогорье, колыбель бурятского эпоса «Гэсэр».
20. Комбинированный религиозно-этнографический тур в районы троеверия местного населения (Кабанский, Тункинский, Окинский районы).
21. Христианские святыни Прибайкалья и разработка паломнического проекта.
22. Историко-культурный проект «Декабристы и Сибирь».

23. Возможности развития экологического туризма на охраняемых природных территориях.
24. Тофалария как район этнографического и научного туризма.
25. Концептуальный анализ туристской территории в любом районе Сибири и Дальнего Востока.
26. Анализ специфики въездного туризма в Байкальском регионе.
27. Анализ опыта деятельности по созданию турпродукта различных туристских фирм и предприятий.
28. Сравнительный анализ деятельности турагентов и туроператоров (на конкретных примерах практики).
29. Динамика рынка туристских услуг и факторы, определяющие развитие рынка и формирующие спрос.
30. Маркетинг и реклама в продвижении вновь созданного турпродукта.
31. Опыт создания цепи туроперейтинга в условиях российского и зарубежного туристского рынка (сравнительный анализ).
32. Опыт деятельности зарубежных туроператоров.
33. Эффективность использования транспортных средств в туризме.
34. Специфика экскурсионного обслуживания туристов в Иркутске и на Байкале.
35. Технология подготовки и проведения экскурсий (на конкретном примере).
36. Ценообразование в туризме. Подходы и практическая реализация.
37. Управление сбытом в турбизнесе.
38. Рекламная кампания туристской фирмы.
39. Эффективное участие турфирмы в ярмарке, выставке, турбирже.

Тесты промежуточные и для экзамена

Тест 1

Инициативный туроператор:

- А** – организует поездки в турцентры других государств
- Б** – принимает туристов на своей территории
- В** - делает анализ туристских ресурсов своего региона и разрабатывает региональные маршруты
- Г** – высылая приглашения туристу, оказывает визовую поддержку

2. Рекламным туром является:

- А** – тур, который заявлен во всевозможных рекламных проспектах
- Б** – тур, получивший известность и успешно эксплуатируемый создателями
- В** – «сырой» тур с новой программой, в который приглашают турагентов и прессу
- Г** – тур, о котором много пишут в прессе

3. Какой группы туристских ресурсов не существует?

- А** – природно-климатические **Б** – антропогенные
- В** – аномальные **Г** – природно-антропогенные

4. Какая операция может быть необязательной при разработке туристского маршрута?

- А** – составление схемы безопасности на маршруте
- Б** – составление карты временного передвижения по маршруту
- В** – изучение рынка туристских услуг на маршруте
- Г** – составление схемы передвижения на маршруте по звездам

5. Линейным маршрутом считается: **А** – идеально прямой маршрут **Б** – маршрут на 70 % приближенный к прямой линии **В** - маршрут «туда-обратно» **Г** – маршрут по линии трамвая

6. **Себестоимость турпродукта это:** А – стоимость для себя
 Б – затраты на услуги и товары В – прибыль оператора Г – цена турпутевки
7. **«Директ-костинг» это –**
 А – метод учета косвенных затрат Б – метод расчета «затраты +»
 В – метод учета прямых затрат Г – метод расчета зарплаты
8. **Затраты, которые не могут быть отнесены на объект калькуляции в момент создания конкретного тура:** А – прямые затраты Б – переменные затраты
 В – косвенные затраты Г – постоянные затраты
9. **К переменным затратам не относятся:**
 А – проживание Б – групповая экскурсия В – билеты в музей Г – питание
10. **Маржинальный доход это:**
 А – разница между выручкой и прямыми постоянными затратами
 Б – сумма прибыли и постоянных затрат
 В – разница между выручкой и косвенными затратами
 Г – разница между оптовой ценой и зарплатой руководителя
11. **Выручка минус себестоимость турпродукта это:**
 А – чистая прибыль Б – налогооблагаемая прибыль В – зарплата оператора Г – налоги
12. **Турпродукт, как комплекс услуг, это, прежде всего:**
 А – бытовые услуги Б – развлекательные услуги
 В – спортивные товары Г – туристские услуги
13. **Какая фраза означает «устное декларирование» при пересечении таможенной границы?**
 А – у меня все в порядке Б – у меня запрещенных и декларируемых товаров нет
 В – я выезжал временно и еду домой Г – со мной следуют несовершеннолетние дети
14. **Какова сумма финансовой гарантии турфирмы может стать минимально достаточной для приглашения в страну иностранного туриста:** А – 500 000 руб. Б – 30 млн. руб.
 В – 10 млн. руб. Г – 100 млн. руб.
15. **Что такое «визовая поддержка»?** А – отправка официального приглашения туристу
 Б – получение визы в консульстве В – материальная поддержка туристов, нуждающихся во въезде
 Г – аккредитация фирмы в консульстве для упрощенного получения виз
16. **Что необходимо сделать туристу до выезда в определенные страны тропиков и субтропиков, имеющие жесткие эпидемиологические требования?**
 А – сделать прививку от малярии Б – получить сертификат вакцинации от желтой лихорадки
 В – получить сертификат об отсутствии ВИЧ Г – поставить прививку от чумы
17. **Единый реестр туроператоров РФ включает в себя:**
 А – туроператоров и турагентов, работающих на территории РФ
 Б – фирмы, которые занимаются международным туризмом
 В – крупные турфирмы, обладающие развитой инфраструктурой
 Г – турфирмы, подтвердившие свою финансовую гарантию

18. При расчете временной карты автобусного маршрута по дорогам Российской Федерации для организованных групп туристов, какую максимальную скорость вынужден учитывать специалист туроператора? А – 60 км/час Б – 70 км/час В – 80 км/час Г – 90 км/час
19. На кого возлагается обязанность в выдаче виз? А – на посла Б – на консула В – на атташе Г – на комиссара полиции
20. В туризме «трекинг» это: А – езда на гоночном велосипеде Б – скоростной спуск с горы В – пешие путешествия по тропам Г – скоростные соревнования на треке
21. Что не подлежит обязательному декларированию при выезде за рубеж? А – драгоценные металлы и камни Б – наличная валюта более 3 000 USD В – дорожные чеки Г – кредитные карточки
22. Шаман-Камень на острове Ольхон не является: А - антропогенным культовым сооружением Б – памятником природы В – местом проведения тайлаганов-шаманских молений Г – достопримечательностью острова
23. Какая форма приглашения иностранного туриста заполняется туроператором? А – туроператорское согласие Б – гостевое приглашение В – гарантийное письмо Г – подтверждение о приеме иностранного туриста

Тест 2 (итоговый)

1. Специалисты инициативного туроператора: А – разрабатывают маршрут по своей территории Б – оказывают визовую поддержку В – проводят собеседование перед поездкой Г – проводят контроль в подготовке по приему туристов
2. Рецептивный туроператор: А – организует поездки в турцентры других государств Б – снабжает туристов памяткой для пребывания в другой культурной среде В - занимается оказанием консульских услуг Г – высылая приглашения, оказывает визовую поддержку
3. Какой группы туристских ресурсов не существует? А – природно-климатические Б – антропогенные В – физиогномико-культурные Г – событийные
4. Какая операция может быть необязательной при разработке туристского маршрута? А – анализ состояния дорог на маршруте Б – анализ составление карты временного передвижения по маршруту В – изучение рынка туристских услуг на маршруте Г – составление схемы передвижения на маршруте по звездам
5. Линейным маршрутом считается: А – идеально прямой маршрут Б – маршрут на 70 % приближенный к прямой линии В - маршрут «туда-обратно» Г – маршрут по линии трамвая
6. Себестоимость турпродукта это: А – стоимость для себя Б – затраты на услуги В – прибыль оператора Г – цена турпутевки
7. «Директ-костинг» это – А – метод учета косвенных затрат Б – метод расчета костей директора В – метод учета прямых затрат Г – метод расчета зарплаты
8. Затраты, которые относятся на объект калькуляции только после создания предварительного расчета себестоимости тура: А – прямые затраты Б – переменные затраты В – косвенные затраты Г – постоянные затраты

9. К переменным затратам не относятся: А – проживание Б – питание В – билет в музей Г – групповой трансфер
10. Маржинальный доход это: А – сумма постоянных затрат и прибыли Б – вес моржовой кости, отгруженной на баржу на Коморских островах В – разница между выручкой и косвенными затратами Г – разница между оптовой ценой и зарплатой руководителя
11. Выручка минус себестоимость турпродукта это: А – чистая прибыль Б – налогооблагаемая прибыль В – зарплата оператора Г – налоги России
12. Турпродукт как комплекс услуг, это, прежде всего: А – бытовые услуги Б – развлекательные услуги В – спортивные товары Г – туристские услуги
15. Какова сумма финансовой гарантии турфирмы может стать минимально достаточной для приглашения в страну иностранного туриста: А – 500 000 руб. Б – 30 млн. руб. В – 10 млн. руб. Г – 100 млн. руб.
16. Что такое «визовая поддержка»? А – отправка официального приглашения туристу Б – получение визы в консульстве В – материальная поддержка туристов, нуждающихся во въезде Г – аккредитация фирмы в консульстве для упрощенного получения виз
- в себя: А – туроператоров и турагентов, работающих на территории РФ Б – турфирмы, подтвердившие свою финансовую гарантию В – крупные турфирмы, обладающие развитой инфраструктурой Г – фирмы, которые занимаются международным туризмом
17. Кто оказывает визовую поддержку иностранному туристу? А – инициативный туроператор Б – рецептивный туроператор В – турагент Г – генеральное консульство
18. К какой подгруппе туристских ресурсов относится мавзолей В.И.Ленина на Красной площади? А – культурная Б – научная В – культовая Г – производственная
19. Шенген это: А – фамилия инициатора объединения стран в единое пространство Б – аббревиатура, означающая блок первых объединившихся стран В – деревня в герцогстве Люксембург Г – название реки
20. В туризме «трекинг» это: А – езда на гоночном велосипеде Б – скоростной спуск с горы В – пешие путешествия по тропам Г – скоростные соревнования на треке
21. Что необходимо сделать туристу до выезда в определенные страны тропиков и субтропиков, имеющие жесткие эпидемиологические требования? А – сделать прививку от малярии Б – получить сертификат вакцинации от желтой лихорадки В – получить сертификат об отсутствии ВИЧ Г – поставить прививку от чумы
22. Шаман-Камень на острове Ольхон не является: А – антропогенным культовым сооружением Б – памятником природы В – местом проведения тайлаганов-шаманских молений Г – достопримечательностью острова
23. При расчете временной карты автобусного маршрута по дорогам Российской Федерации для организованных групп туристов, какую максимальную скорость вынужден учитывать специалист туроператора? А – 60 км/час Б – 70 км/час В – 80 км/час Г – 90 км/час
24. Что не входит в функции турагента? А – заключение договоров Б – продвижение турпродукта на рынке В – продажа туров Г – комплектация услуг в турпакет
25. Какое условие при покупке дорожного чека в банке не обязательно соблюдать? А – обязательно быть клиентом банка Б – достаточно иметь только деньги и паспорт В – сохранять квитанцию о покупке до его обналичивания Г – подписывать чек при покупке
26. Перевозкой в виде «трансфер» не является А – доставка от транспортного терминала до места проживания Б – доставка от гостиницы до театра и обратно В – доставка от торгового центра до гостиницы Г – перевозка транспортом по маршруту тура
27. Какой формы организации питания не существует? А – шведский стол Б – табльдот В – кэйтеринг Г – сан-ла-карт
28. Какая форма приглашения иностранного туриста заполняется туроператором? А – туроператорское согласие Б – гостевое приглашение В – гарантийное письмо Г – подтверждение о приеме иностранного туриста

Тест 3 (промежуточный)

- 1. Рецептивный туроператор:** А – организует поездки в турцентры других государств Б – снабжает туристов памяткой для пребывания в другой культурной среде В – занимается оказанием консульских услуг Г – высылая приглашения, оказывает визовую поддержку
- 2. Какая из туристских услуг, формирующих турпродукт, не относится к основным и часто рассматривается оператором как необязательная? Как пример - автобусные туры по Европе.** А – перевозка Б – размещение В – экскурсионное обслуживание Г – питание
- 3. «Директ-костинг» это –** А – метод учета косвенных затрат Б – метод расчета «затраты +» В – метод учета прямых затрат Г – метод расчета зарплаты
- 4. Затраты, которые не могут быть отнесены на объект калькуляции в момент создания конкретного тура:** А – прямые затраты Б – переменные затраты В – косвенные затраты Г – постоянные затраты
- 5. К переменным затратам не относятся:** А – проживание Б – питание В – билеты в музей Г – групповой трансфер
- 6. Маржинальный доход это:** А – разница между выручкой и средними переменными затратами Б – разница между выручкой и прямыми постоянными затратами В – разница между выручкой и косвенными затратами Г – разница между оптовой ценой и зарплатой руководителя
- 7. Выручка минус себестоимость турпродукта это:** А – чистая прибыль Б – налогооблагаемая база В – зарплата оператора Г – налоги
- 8. Турпродукт как комплекс услуг, это, прежде всего:** А – бытовые услуги Б – развлекательные услуги В – спортивные товары Г – туристские услуги
- 9. Рафтинг это** А – поедание чипсов на скорость Б – скоростной спуск с горы В – сплав по рекам Г – работа грубым напильником
- 10. Для возможности приглашения в страну иностранного гражданина турфирма должна быть включена в Единый реестр как:** А – турагент Б – инициативный туроператор В – рецептивный туроператор Г – внутренний туроператор
- 11. Что такое «визовая поддержка»?** А – отправка официального приглашения туристу Б – получение визы в консульстве В – материальная поддержка туристов, нуждающихся во въезде Г – аккредитация фирмы в консульстве для упрощенного получения виз
- 12. Что необязательно предпринимать в правовом отношении рецептивному туроператору при подготовке приема иностранных туристов на территории РФ:** А – зарегистрироваться в Едином реестре туроператоров Б – зарегистрировать фирму в ОВИРе (УВИРе) УФМС В – иметь финансовую гарантию Г – переработать Устав фирмы
- 13. Кто оказывает визовую поддержку иностранной фирме?** А – инициативный туроператор Б – рецептивный туроператор В – турагент Г – генеральное консульство
- 14. Какой вид договора заключает туроператор с контрагентом-поставщиком услуг?** А – туроператорское соглашение Б – договор розничной «купли-продажи» В – агентское соглашение Г – договор возмездного оказания услуг
- 15. При расчете временной карты автобусного маршрута по дорогам Российской Федерации для организованных групп туристов, какую максимальную скорость вынужден учитывать специалист туроператора?** А – 60 км/час Б – 70 км/час В – 80 км/час Г – 90 км/час
- 16. Перевозкой в виде «трансфер» не является** А – доставка от транспортного терминала до места проживания Б – доставка от гостиницы до театра и обратно В – доставка от торгового центра до гостиницы Г – перевозка транспортом по маршруту тура
- 17. Что необходимо сделать туристу до выезда в определенные страны тропиков и субтропиков, имеющие жесткие эпидемиологические требования?** А – сделать прививку от малярии Б – получить сертификат вакцинации от желтой лихорадки В – получить сертификат об отсутствии ВИЧ Г – поставить прививку от чумы
- 18. По какой причине туроператоры морских круизов сосредоточены в США?** А – наличие выхода территории страны в два океана Б – гены морских авантюристов передались американскому народу от Колумба В – во Вторую мировую войну пассажирский флот США оставался в бездействии и сохранности Г – штаб-квартира ООН находится в Нью-Йорке

19. Какое условие при покупке дорожного чека в банке не обязательно соблюдать?

А – обязательно быть клиентом банка Б – достаточно иметь только деньги и паспорт В – сохранять квитанцию о покупке до его обналичивания Г – подписывать чек при покупке

20. Что не входит в функции турагента? А – заключение договоров Б – продвижение турпродукта на рынке В – продажа туров Г – комплектация услуг в турпакет

Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу

1. Роль туризма в мировой экономике.
2. Факторы развития туризма.
3. Цели, функции и задачи туризма.
4. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.
5. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
6. Особенности туристского потребления.
7. Организационно-правовые формы и формы собственности в сфере турдеятельности.
8. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
9. Виды туризма.
10. Формы туризма.
11. Социальный туризм.
12. Таймшер. Перспективы его развития.
13. Религиозный и паломнический туризм.
14. Туристский продукт
15. Туристские услуги, их состав.
16. Порядок разработки туристского продукта.
17. Понятие и состав программы обслуживания.
18. Составляющие туристской индустрии.
19. Виды предпринимательской деятельности в туризме .
20. Ответственность турагента и туроператора за объем и качество услуг.
21. Национальная классификация гостиниц.
22. Конкурентоспособность туристского обслуживания.
23. Типы и виды средств размещения.
24. Организация услуг питания. Виды и типы обслуживания
25. Международная классификация средств транспорта. Система скидок и льгот.
26. Обеспечение безопасности туристов.
27. Основные законодательные документы по вопросам регулирования туристских формальностей.
28. Методика количественной оценки рекреационного потенциала туристских центров РФ.
29. Циклы рекреационной деятельности.
30. Роль государства в развитии туристской индустрии.
31. Задачи государственной политики в сфере туризма.
32. Страхование туризма. Страховой взнос, медицинское страхование, страховые риски.
33. Факторы и перспективы развития экологического туризма.
34. Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона.
35. Рекреационное районирование России.
36. Принципы организации санаторно-курортного дела
37. Классификация природных , лечебных ресурсов,
38. Ресурсы и материальная база туризма.
39. Туристский баланс по экспорту и импорту туруслуг

40. Региональная структура международного туристского рынка
 41. Туроператор и его функции.
 42. Основные различия между турагентом и туроператором.
 43. Типы туроперейтинга.
 44. Взаимоотношения инициативного и рецептивного туроператоров.
 45. Классификация туристских ресурсов и туристского районирования.
 46. Классификация маршрутов.
 47. Основные этапы разработки туристского маршрута.
 48. Основные потребительские свойства турпродукта.
 49. Отличия индивидуального тура от группового, их преимущества и недостатки. Виды туров.
 50. Классы обслуживания.
 51. Основные и дополнительные услуги.
 52. Пакет услуг, виды, отличия, особенности.
 53. Преимущества и недостатки заказных и инклюзив-туров.
 54. Особенности организации рекламных туров.
 55. Как определяется цена турпакета?
 56. Факторы влияющие на ценообразование.
 57. Суть метода учета прямых затрат Директ-костинг при расчете цены турпродукта
 58. Как проектируется тур, и какими документами оформляется?
 59. Методы контроля качества обслуживания туристов.
 60. Порядок составления программы обслуживания.
 61. Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на туре.
 62. Выбор поставщика услуги.
 63. Оформление взаимоотношения с поставщиками услуг.
 64. Правила оформления договора и необходимых приложений к нему.
 65. Нормативно-правовые документы национального уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.
 66. Правовые документы международного уровня, регулирующие контрактные отношения в туризме.
 67. Основные положения типового договора и особенности договора с поставщиками услуг.
 68. Виды договоров с гостиничными, транспортными предприятиями и “общепитом”.
 69. Что должно быть отражено в договоре между рецептивным и инициативным туроператорами при организации инклюзив-тура и заказного?
 70. Каковы существенные условия сделки купли-продажи туров?
 71. Полный список технологических документов тура.
 72. Договор с клиентом: каково основное содержание и в соответствии с каким нормативным актом он составляется?
 73. Содержание туристской путевки и ее форма.
 74. Технологическая карта тура и ее состав.
 75. Обязательная и дополнительная информация, включенная в информационный листок к туристской путевке.
 76. Назовите основные каналы реализации туристского продукта и отличия внешнего и внутреннего каналов сбыта.
 77. Что представляют собой собственные бюро продаж и их основные функции?
 78. Охарактеризуйте контрагентскую сеть и назовите основные условия агентских соглашений.
 79. Виды рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора.
 80. Охарактеризуйте различные схемы рыночных каналов продвижения турпродукта в различных комбинациях: ТOr-ТOи-ТOо-ТА-А-Турист.
 81. Каковы розничные и оптовые туристские фирмы и их место в структуре каналов сбыта?
 82. Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта.
 83. Что такое правоспособность, кредитоспособность и дееспособность фирмы?
 84. Основные факторы при подборе турагентов.

85. Что такое агентское соглашение?
86. Каким нормативным актом РФ регламентируется заключение агентских соглашений?
87. Каков порядок оформления агентского соглашения?
88. Предмет, условия и участники агентского соглашения,
89. Форс-мажорные обстоятельства и порядок оформления претензий.
90. В чем заключается сложность рекламы турпродукта и ее основные принципы?
91. Какова мера ответственности туроператора за достоверность информации в каталогах, рекламе и объявлениях по продаже туров?
92. Каковы задачи и меры стимулирования сбыта турпродукта турагенствам и потребителям?
93. Средства пропаганды, или публик релейшнз в туризме.
94. Виды каталогов туроператора и принципы их распространения.
95. Подготовка к выставке, оформление стенда и работа выставочной команды на экспозиции.

Разработчик:



старший преподаватель А.Ф. Власов

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению и профилю подготовки 43.03.02 «Туризм».

Программа рассмотрена на заседании кафедры туризма.

«14» июня 2019 г.

Протокол № 12

Зав. кафедрой  В.Н. Наконечных

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.