

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**Технология и организация туроператорской
деятельности
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план	43.02.10_ЗФО 11 кл. Туризм
Квалификация	Специалист по туризму
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	0 ЗЕТ
Часов по учебному плану	262
в том числе:	
аудиторные занятия	52
самостоятельная работа	210
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0

Виды контроля в семестрах:
экзамены 4
зачеты с оценкой 2, 3
курсовые работы 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Неделя	24		10		17			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	10	10	4	4	18	18
Практические	4	4	10	10	4	4	18	18
Курсовое проектирование					16	16	16	16
Итого ауд.	8	8	20	20	24	24	52	52
Контактная работа	8	8	20	20	24	24	52	52
Сам. работа	80	80	82	82	48	48	210	210
Итого	88	88	102	102	72	72	262	262

Программу составил(и):
Препод. Разномасова М.А.

Рецензент(ы):
ген. директор ООО «ГольфстримТур» Зябка О.А.

Рабочая программа дисциплины
Технология и организация туроператорской деятельности

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ (программа подготовки специалистов среднего звена). (приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 г. № 474)

составлена на основании учебного плана:

Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2022 протокол № 26.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм (СПО)

Протокол от 31.05.2022 г. № 10

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1.1	Программа междисциплинарного курса является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	МДК.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Безопасность жизнедеятельности
2.1.2	География туризма
2.1.3	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
2.1.4	История
2.1.5	Организация туристской индустрии
2.1.6	Основы философии
2.1.7	Психология делового общения
2.1.8	Русский язык и культура речи
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации
2.2.2	Маркетинговые технологии в туризме
2.2.3	Производственная практика (по профилю специальности)
2.2.4	Производственная практика (по профилю специальности)
2.2.5	Технология и организация сопровождения туристов
2.2.6	Технология и организация экскурсионных услуг
2.2.7	Технология продаж и продвижения турпродукта
2.2.8	Защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Организация досуга туристов
2.2.10	Подготовка выпускной квалификационной работы
2.2.11	Производственная практика (по профилю специальности)
2.2.12	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
2.2.13	Производственная практика по профилю специальности
2.2.14	Современная оргтехника и организация делопроизводства
2.2.15	Управление деятельностью функционального подразделения

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

3.1 Знать

виды рекламного продукта;
 правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
 способы обработки статистических данных;
 методы работы с базами данных;
 методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
 планирование программ турпоездов;
 основные правила и методику составления программ туров;
 правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
 способы устранения проблем, возникающих во время тура;
 методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
 методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
 методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
 основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
 правила бронирования туруслуг;
 методику организации рекламных туров;
 правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
 основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
 технику проведения рекламной кампании;

методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
 техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
 специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

3.2 Уметь

осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
 проводить анализ деятельности других туркомпаний;
 работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
 обрабатывать информацию и анализировать результаты;
 налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
 работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
 работать с информационными и справочными материалами;
 составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
 составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
 оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
 оформлять страховые полисы;
 вести документооборот с использованием информационных технологий;
 анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
 рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
 рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
 работать с агентскими договорами;
 использовать каталоги и ценовые приложения;
 консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
 работать с заявками на бронирование туров;
 предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
 использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
 использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

3.3 Иметь практический опыт

проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
 планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
 предоставления сопутствующих услуг;
 расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
 взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
 работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
 планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

ОК 1: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2: Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3: Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4: Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5: Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6: Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7: Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8: Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9: Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 3.1: Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2: Формировать туристский продукт.

ПК 3.3: Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4: Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Основы туроператорской деятельности /Тема/	2					
1.2	Нормативно-правовая база туроператорской деятельности: ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей». Требования к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров. Организационный аспект создания туроператора. Организационно-правовые формы создания туроператора. Организационные основы создания туроператора. Условия создание привлекательного туристского	2	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.3	Практическое занятие 1. Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах. Основные этапы создания туроператора. /Пр/	2	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.4	Изучение отдельных тем, конспектирование учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, выполнение творческой работы, подготовка сообщений, докладов, рефератов. /Ср/	2	80	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.5	/ЗачётСОц/	2		ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.6	Технология и организация формирования туристского продукта /Тема/	3					

1.7	<p>Условия создание привлекательного туристского продукта: Изучение запросов потребителей.</p> <p>Потребительские свойства турпродукта. Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг.</p> <p>Проектирование тура и программа обслуживания: Технологическая документация проектирования тура.</p> <p>Требования к процессу разработки турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг: Организационные аспекты работы с поставщиками услуг.</p> <p>Планирование тура. Договорной план.</p> <p>Переговоры с поставщикам услуг.</p> <p>Заключение договоров с поставщиками услуг. Туристская документация: Технологическая документация.</p> <p>Туристская путевка. Договора.</p> <p>Справочная документация.</p> <p>Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке. /Лек/</p>	3	2	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4</p>	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.8	<p>Практическое занятие 2.</p> <p>Виды туров и их особенности. Пути повышения качества разработки турпродукта. Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование. /Пр/</p>	3	4	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4</p>	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.9	<p>Изучение отдельных тем, конспектирование учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, выполнение творческой работы, подготовка сообщений, докладов, рефератов. /Ср/</p>	3	24	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4</p>	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.10	<p>Продвижение туристского продукта /Тема/</p>	3					
1.11	<p>Формирование сбытовой сети: Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг. Реклама и нерекламные виды продвижения: Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках.</p> <p>Информационные технологии продвижения турпродукта: Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров. /Лек/</p>	3	4	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4</p>	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		

1.12	Практическое занятие 3. Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора. Разработка каталога туроператора. Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта. /Пр/	3	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.13	Изучение отдельных тем, конспектирование учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, выполнение творческой работы, подготовка сообщений, докладов, рефератов. /Ср/	3	24	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.14	Организация обслуживания /Тема/	3					
1.15	Стратегия обслуживания и программный туризм: Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования. Безопасность в путешествии и страхование туристов: Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки. Туристская полиция. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных рисков. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга: Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга. /Лек/	3	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.16	Практическое занятие 4. Организация обслуживания туристов на маршруте. Организация страхового обеспечения путешествий. Квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга. /Пр/	3	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.17	Изучение отдельных тем, конспектирование учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, выполнение творческой работы, подготовка сообщений, докладов, рефератов. /Ср/	3	34	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.18	/ЗачётСОц/	3		ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.19	Расчет стоимости туристского продукта /Тема/	4					

1.20	Расчет стоимости турпродукта и ценообразование: Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств. Ценообразование. Учетная политика и налогообложение: Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг. /Лек/	4	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.21	Практическое занятие 5. Виды и методы ценообразования турпродукта. Расчет стоимости услуг. /Пр/	4	4	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.22	Изучение отдельных тем, конспектирование учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, выполнение творческой работы, подготовка сообщений, докладов, рефератов. /Ср/	4	48	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.23	/Курс пр/	4	16	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.24	/КР/	4		ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.25	/Экзамен/	4		ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тестовые задания 1

1. К основным туристским услугам относятся:

- а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
- б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в местепребывания

2. Групповой тур – это ...

- а) inclusiv tour
- б) package tour
- в) заказной тур

3. Что такое туристский ваучер?

- а) финансовый документ турфирмы
- б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля

в) финансовое обязательство отеля

4. Что такое «поставщики услуг»?

- а) каналы продвижения турпродукта
- б) каналы реализации турпродукта
- в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

5. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

- а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
- б) обстоятельства непреодолимой силы
- в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

6. Ребенок может иметь загранпаспорт:

- а) с 6 лет
- б) с момента рождения
- в) с 14 лет
- г) с 18 лет

7. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:

- а) деловой визы
- б) частной визы
- в) рабочей визы
- г) туристской визы

8. Для въезда в какие европейские страны россиянам не нужна виза?

- а) Украина
- б) Хорватия
- в) Черногория
- г) Болгария
- д) Польша
- е) Чехия

Тестовые задания 2

1. Язык оформления международных соглашений:

- а) русский язык
- б) государственные языки сторон соглашения
- в) приемлемый третий язык
- г) двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером

2. Фирменный стиль туристского предприятия – это ...

- а) важный психологический фактор для клиента при выборе фирмы
- б) показатель успешной работы фирмы на рынке
- в) непереносимое требование к наружному и внутреннему оформлению фирмы и исполнению рекламных-информационных материалов

3. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?

- а) служебный паспорт
- б) дипломатический паспорт
- в) паспорт моряка
- г) общегражданский загранпаспорт

4. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

- а) туристских товаров
- б) туристских услуг
- в) туристского продукта

5. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:

- а) этой страны
- б) некоторых стран – участниц
- в) всех стран – участниц

6. Наличие визы:

- а) разрешает въезд в государство
- б) гарантирует въезд на территорию страны
- в) подтверждает регистрацию паспорта в консульстве государства, которое предстоит посетить

Тестовые задания 3

1. Пакет услуг (турпакет) – это ...
 - а) набор туристской документации
 - б) произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
 - в) упаковка для рекламной продукции
2. Общие требования, предъявляемые к туристской услуге подразделяются на: (отметить V)
 - а) обязательные
 - б) желательные
 - в) рекомендуемые
 - г) nereкомендуемые
3. К обязательным требованиям туристской услуги относятся:
 - а) привлекательность
 - б) доступность
 - в) безопасность жизни и здоровья туристов
 - г) сохранность имущества туристов
 - д) охрана окружающей среды
4. Программа обслуживания – это ...
 - а) расписание авиа и авто перевозок на туре
 - б) комплекс досуговых услуг на туре
 - в) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура
5. К факультативным условиям договора между туроператором и турагентом относятся:
 - а) юридические адреса сторон
 - б) форс-мажорная оговорка
 - в) фактические адреса сторон
 - г) порядок рассмотрения претензий
 - д) порядок и условия внесения изменений в обязательства сторон по договору
6. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:
 - а) одном экземпляре
 - б) двух экземплярах
 - в) трех экземплярах
7. Укажите, на каком этапе деятельности турфирмы необходима разработка бизнес-плана предприятия:
 - а) до принятия решения о создании предприятия
 - б) при начале деятельности турфирмы
 - в) при возникновении финансовых проблем
8. Укажите основную характеристику первичного телефонного разговора с клиентом:
 - а) краткий, но информационно полный разговор
 - б) насыщенный ценовой информацией разговор
 - в) вежливый, но не содержащий значащей информации разговор
9. Укажите три основных критерия при выборе партнеров по сбыту турпродукта:
 - а) имидж фирмы
 - б) стаж работы предприятия
 - в) дееспособность фирмы
 - г) отзывы конкурентов
 - д) кредитоспособность предприятия
 - е) правоспособность фирмы

5.2. Темы письменных работ

Примерная тематика реферативных работ обучающихся

1. Туристская документация.
2. Подбор партнеров по сбыту.
3. Агентское соглашение.
4. Программный туризм.
5. Взаимоотношения турфирмы с клиентом.
6. Создание привлекательного туристического продукта.
7. Идентификация поставщиков услуг
8. Программный туризм.
9. Ценообразование турпродукта.
10. Поставщики услуг.

11. Продвижение туристского продукта.
12. Договор с авиапредприятием, железной дорогой.
13. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристического продукта.
14. Позиционирование туров и туроператоров.
15. Виды туристических программ.

Примерная тематика курсовой работы:

1. Разработка туристского продукта программного туризма (по видам туризма)
2. Проект анимационной программы обслуживания туристов
3. Создание туристского продукта с использованием потенциала сельской местности
4. Разработка проекта участия в туристской выставке
5. Создание проекта каталога туроператора
6. Создание инновационного туристского продукта (по видам туризма)
7. Проектирование программ обслуживания (по видам туризма)
8. Разработка программы продвижения турпродукта туроператора
9. Разработка проекта рекламной компании туристской фирмы
10. Создание имиджа турагентства
11. Создание имиджа туроператора
12. Разработка проекта внешнего и внутреннего оформления офиса турагентства
13. Разработка мероприятий по созданию благоприятной психологической обстановки в туристском агентстве при обслуживании клиента
14. Создание инновационной технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса)
15. Составление программ обслуживания туристов по видам делового туризма
16. Составление инновационных программ обслуживания с учетом потребностей молодежи
17. Разработка туристско-спортивного маршрута
18. Формирование инновационного туристского продукта в рамках
19. Экологического туризма
20. Составление инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма
21. Составление программ обслуживания туристов по видам развлекательного туризма
22. Составление программ обслуживания туристов по видам познавательного туризма
23. Обучающий туризм: технология формирования туристского продукта и обслуживания туристов
24. Составление программ обслуживания туров выходного дня
25. Составление программ молодежного обмена

5.3. Фонд оценочных средств

Тема 1.

Основы туроператорской деятельности

Задания для практического занятия.

1. Нормативно-правовая база туроператорской деятельности;
2. Требования к организации туроператорской деятельности;
3. Виды туроператоров
4. Организационный аспект создания туроператора;
5. Организационно-правовые формы создания туроператора;
6. Организационные основы создания туроператора.
7. Условия создания привлекательного туристского продукта:

Задания для самостоятельной работы.

1. Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах.
2. Основные этапы создания туроператора.

Тема 2.

Технология и организация формирования туристского продукта Задания для практического занятия.

1. Условия создания привлекательного туристского продукта: Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства турпродукта. Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг.
2. Проектирование тура и программа обслуживания: Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания.
3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг: Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура. Договорной план. Переговоры с поставщиком услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.
4. Туристская документация: Технологическая документация. Туристская путевка. Договора. Справочная документация.
5. Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке .

Задания для самостоятельной работы.

1. Виды туров и их особенности. Пути повышения качества разработки турпродукта.
2. Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование.

Тема 3.

Продвижение туристского продукта

Задания для практического занятия.

1. Формирование сбытовой сети: Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские

сети и франчайзинг.

2. Реклама и нерекламные виды продвижения: Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках.

3. Информационные технологии продвижения турпродукта:

4. Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок.

5. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора

2. Разработка каталога туроператора.

3. Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта.

Тема 4.

Организация обслуживания

Задания для практического занятия.

1. Стратегия обслуживания и программный туризм: Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.

2. Безопасность в путешествии и страхование туристов: Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки.

3. Туристская полиция. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма.

Страхование различных рисков.

4. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга: Профессиональные стандарты для туризма.

5. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга.

Задания для самостоятельной работы.

1. Организация обслуживания туристов на маршруте.

2. Организация страхового обеспечения путешествий.

3. Квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга.

Тема 5.

Расчет стоимости туристского продукта

Задания для практического занятия.

1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование: Финансовая схема работы туроператора.

2. Система комиссионных вознаграждений турагентств.

3. Ценообразование.

4. Учетная политика и налогообложение: Учетная политика туроператора.

5. Налогообложение.

6. Оплата счетов поставщиков услуг.

Задания для самостоятельной работы.

1. Виды и методы ценообразования турпродукта.

2. Расчет стоимости услуг.

5.4. Перечень видов оценочных средств

опрос,

оценка решения тестовых заданий,

результаты выполнения практических заданий и самостоятельной работы,

курсовое проектирование,

экзамен.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мишурова И. В., Бандурина Е. Н., Гудикова О. В., Карпова О. К., Комарова Н. С., Мишурова И. В.	Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Хайретдинова О. А.	Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие	Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015
Л2.2	Сухов Р. И.	Организация туристской деятельности: учебник	Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год		
Л2.3	Дурович А. П.	Маркетинг туризма: учебное пособие	Минск: РИПО, 2020		
6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства					
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем					
6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»				
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
28	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 11 шт., стул – 21 шт., доска – 1 шт.		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	
4	помещение для самостоятельной работы. учебная аудитория для проведения занятий учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 19 шт., стул – 36 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 10 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	