

Документ подписан простой электронной подписью	Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Информация о владельце:	Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность»	
ФИО: Меркулов Евгений Сергеевич	направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	
Должность: и.о. ректора		
Дата подписания: 31.05.2021 01:56:21		
Уникальный программный ключ:		
39428e82d614a3cd984f917b018f0fd2c07182daabc77db685db2d16370f6e7c		

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

Рассмотрено и утверждено на заседании
 кафедры экономики и сервиса
 20 июня 2019 г., протокол № 10



и. о. зав. кафедрой _____ Н.Г.Мищенко

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (КУРСА, МОДУЛЯ)
 Б.1.В.15 ТУРОПЕРАТОРСКАЯ И ТУРАГЕНТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Направление подготовки (специальность): 43.03.01 «Сервис»

Профиль подготовки: «Социально-культурный сервис»

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Курс 4 Семестр 8

Экзамен: 8 семестр

Петропавловск-Камчатский 2019 г.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

Рабочая программа составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 года № 514.

Разработчик:

доцент кафедры экономики и сервиса

_____ (должность, кафедра)



_____ Е.И.Сибирцева

(подпись)

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины подготовки	Ошибка! Закладка не определена.
2. Место дисциплины в структуре ОП ВО ФГОС ВО).....	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	4
4. Содержание дисциплины	6
5. Тематическое планирование	7
6. Самостоятельная работа	9
7. Тематика контрольных работ, курсовых работ	46
8. Перечень вопросов на зачет	46
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение	47
10. Формы и критерии оценивания учебной деятельности студента.....	48
11. Материально-техническая база.....	51

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Туроператорская и турагентская деятельность» – является формирование компетенций ФГОС ВО посредством получения обучающимися знаний и умений в области турагентской деятельности.

Основные задачи курса:

- научиться выявлять и анализировать запросы потребителя турпродукта;
- изучить порядок взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта;
- уметь рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя;
- научиться оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы) и проводить работу по оказанию визовой поддержки потребителя.

В результате изучения данной дисциплины студент должен обладать систематизированными базовыми теоретическими знаниями о способах и методах формирования, продвижения и формах реализации турпродуктов, а также уметь практически применить знания, полученные на лекциях и семинарах, при написании итоговой, самостоятельной работы по формированию тура для определенной территории РФ.

Задачами преподавания дисциплины «Туроператорская и турагентская деятельность» является изучение:

- основ Туроператорской и турагентской деятельности;
- организационно-правовой деятельности туроператора;
- турпродукта как результата деятельности туроператора;
- проектирования туристического продукта;
- формирования туристического продукта;
- договорных отношений в Туроператорская и турагентская деятельность;
- взаимоотношений туроператора с поставщиками услуг;
- ценообразования в Туроператорская и турагентская деятельность;
- методов продвижения туристского продукта;

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Освоение содержания дисциплины **Б.1.В.15. "Туроператорская и турагентская деятельность"** происходит после освоения таких дисциплин как «Сервисная деятельность», "География международного туризма", "Человек и его потребности", "Сервисология", "Маркетинг в сервисе", «Экскурсионная и выставочная деятельность», "Менеджмент в сервисе", "Организация транспортного обслуживания в сервисе".

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

Код универсальной компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ОПК-5	ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД-ОПК-5.1. Рассчитывает, оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели сервисной деятельности ИД-ОПК-5.2. Экономически обосновывает необходимость и целесообразность принятия решений при осуществлении профессиональной деятельности ИД-ОПК-5.3 - Применяет в работе экономически обоснованные решения

Код проф. компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Основание - профстандарт, обобщенная трудовая функция // анализ опыта
ПК-6	Способность разрабатывать и планировать маршруты при занятиях пешеходным туризмом и трекингом, а также при занятии туризмом на транспортных средствах на основе знаний местности и использования ресурсов СКД.	ИД-ПК-8.1. - Проводит изучение туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов пригодных для пешеходного туризма и трекинга. ИД-ПК-8.2. – Формирует туристский продукт с учетом местных ресурсов, транспортной доступности и требований туристов. ИД-ПК-8.3. – умеет организовать продвижение и реализацию пешеходного маршрута	04.005 Экскурсовод (гид) 33.023 Инструктор-проводник Анализ отечественного и зарубежного опыта Потребность туристической сферы Камчатского края
ПК-7	Способен разрабатывать новые услуги с учетом	ИД-ПК-9.1. Участвует в формировании услуг организаций сферы гостеприимства и обществен-	33.007 Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	меняющихся процессов и требований общества	ного питания с учетом этнокультурных, исторических, религиозных аспектов, с использованием современных технологий ИД-ПК-9.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности. ИД-ПК-9.3. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.	33.008 Руководитель предприятия питания 04.005 Экскурсовод (гид) Анализ отечественного и зарубежного опыта Потребность туристической сферы Камчатского края
--	--	---	--

4. Содержание дисциплины

Модуль 1. Основы Туроператорская и турагентская деятельность

Тема 1. Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности

Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры и их особенности. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профиль работы туристического оператора. Функции туроператора. Схема сотрудничества туроператора: с Meet-компаний, гостиничных предприятий, авиакомпаний, железных дорог, автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка туристов.

Тема 2. Понятие турпродукта. Структура и уровни турпродукта.

Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом. Факторы, влияющие на качество турпродукта. Уровни турпродукта: турпродукт туроператора или турагента; турпродукт туристского объекта; турпродукт туристского центра или предназна-

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

ции в целом; национальный турпродукт. Структура национального туристского продукта с точки зрения факторов, обуславливающих его качество. Структура национального туристского продукта с точки зрения потребления туристами. Турпродукт как комплекс туристских услуг. Туристская услуга как результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению потребностей туристов. Отличительные характеристики туристских услуг. Турпродукт. Источники турпродукта и его отличительные особенности. Потребительские свойства турпродукта. Основные элементы турпродукта. Соотнесение понятий «тур», «туристский пакет», «туристский продукт» и «туристский маршрут». Компоненты туристского продукта. Структура туристского продукта с точки зрения потребителей. Уровни туристского продукта. Основные варианты турпакетов. Стратегии менеджмента туристского продукта. Жизненные циклы туристского продукта (стадии внедрения, роста зрелости и спада).

Тема 3. Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг. Основные и сопутствующие услуги в составе турпродукта.

Взаимоотношения туроператора с авиакомпаниями. Бронирование авиабилетов. Договор на квоту мест на регулярных авиарейсах. Агентское соглашение с авиакомпанией. Чартер самолета. Договор чартера. Договор воздушной перевозки. Схема работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта. Организация групповых железнодорожных туров. Взаимодействие туроператора с предприятиями автотранспорта. Паспорт или карточка транспортного туристского маршрута. Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами. Морские круизы и путешествия. Фрахт – контракт. Бербоут – чартер. Договорная документация речного круиза. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания. Взаимодействие с гостиничными предприятиями. Аренда отеля. Коминтмент – условия. Элонтмент – условия. Безотзывное бронирование. Повышенная комиссия – форма сотрудничества отеля с туроператором. Приоритетное бронирование. Разовые заявки на условиях стандартной комиссии. Договорные отношения туроператора с гостиницами и предприятиями питания. Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями. Экскурсионная программа обслуживания. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями и музеями. Документация, необходимая для оформления экскурсионной услуги.

Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта, товар. Способы потребления транспортных услуг. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий, предоставляющих услуги размещения. Услуги развлекательного характера как составляющая часть турпродукта. Специальные программы, предназначенные для развлечения туристов: тематические парки, шоу-музеи, костюмированные туры, событийные туры, анимация, традиционные формы. Использование кредитных и банковских карт в создании и реализации турпродукта. Услуги охраны, используемые при реализации турпродукта: в сфере размещения, транспортного обслуживания, при парковке автомобилей, личная охрана и др. Визовая поддержка как услуга в составе турпродукта; виды и способы получения виз. Разрешения и их значение в создании и реализации турпродукта. Виды и способы получения разрешений. Значение страхования в создании турпродукта. Обязательное и добровольное страхование, их виды. Информационные услуги в составе турпродукта. Виды информационных услуг, способы их предоставления. Услуги питания как составляющая часть турпродукта. Способы предоставления питания туристам; виды питания.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

Тема 4. Организационно-правовые основы деятельности туроператора. Документооборот в туристическом предприятии.

Правовые аспекты туроператорской деятельности. ФЗ «Об основах туристской деятельности». Введение финансовых гарантий взамен лицензирования туроператорской деятельности. Формирование Единого федерального реестра туроператоров. ФЗ РФ «О техническом регулировании». Международная практика условного деления предприятий туристского бизнеса по характеру удовлетворения туристских потребностей. Организационно-правовые формы юридических лиц. Основные признаки предприятия. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристского предприятия. Классификация туристских организаций: по виду собственности; по целям; по региону функционирования; по виду туризма, виду туристского продукта и сегменту рынка; по своему отношению к исполнителям и потребителям туристских услуг; по организационно-правовой форме. ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы. Устав юридического лица. Учредительный договор. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы. Функциональная, линейно-функциональная и матричная организационно-управленческая структура туроператорской фирмы. Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности. Туристский ваучер и памятка туристу. Договор с клиентом и лист бронирования. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».

Модуль 2. Формирование туристского продукта.

Тема 5. Проектирование туристского продукта.

Основы и нормативно-правовая база проектирования турпродукта. Проектирование турпродукта защита прав потребителей. ФЗ «О защите прав потребителей» и отслеживание качества услуги. ФЗ «О безопасности». Вредные факторы (факторы риска) в соответствии с ГОСТ «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». Учетывания ФЗ «Об охране окружающей природной среды» при разработке проектных материалов. Последовательность проектирования услуг. Разработка программы обслуживания при организации туристского путешествия. Результаты проектирования туристского путешествия (технологическая карта туристского путешествия, график загрузки туристского предприятия, информационный листок к туристской путевке). Престижность и привлекательность туристских услуг. Маркетинговые исследования туристского рынка. Понятие «туристский рынок». Объекты и субъекты туристского рынка. Направления маркетинговых исследований в туризме. Конъюнктура туристского рынка. Емкость туристского рынка. Конкуренция и конкуренты туроператоры. Типы непосредственных конкурентов туроператора. Конкурентные стратегии на рынке туристских услуг. Факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность туристско-

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

го обслуживания. Понятие «дифференциация» и дифференциация туров. Маркетинговая среда туроператора. Факторы маркетинговой среды туроператора. Сегментирование рынка. Позиционирование туров и туроператоров. Позиционирование на уровне тура и на уровне туроператора.

Тема 6. Формирование туристского продукта.

Разработка программы туристского обслуживания. Схемы разработки программы туристского обслуживания с примерами. Подготовка тура. Тематическая направленность программы тура (например организация деловых туров, фольклорно-этнографических туров и т.п.). Планирование туров. Составление договорного плана тура. Характеристика деятельности российского отправляющего туроператора. Шкалы для новой программы инициативного туроператора. Схема работы туроператора с поставщиками услуг. Оформление туристской документации – договор о реализации турпродукта, бланк строгой отчетности «Туристская путевка», турпутевка. Информационный листок к путевке. Туристский ваучер. Памятка туриста.

Тема 7. Договорные отношения в Туроперейтинге.

Характеристика туристского договора и требования к ее составлению. Договор и распространенная форма договора – контракт. Договора консесуальные и реальные, окончательные и предварительные, возмездные и безвозмездные. Понятия «оферт» и «акцепт». Основные требования к составлению договоров. Формы взаимоотношений туроператора и турагента. Типовой туристский договор (общие условия и специфические условия). Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператором. Основные условия договора согласно международным нормам при оформлении сделки купли-продажи тура. Пункты договора при организации комплексного обслуживания групп туристов. Дополнительные пункты договора между туроператорами, вытекающие из специфики отрасли и законодательных требований иностранного государства. Туроператор и турист: договор о реализации туристского продукта. Существенные условия договора о реализации туристского продукта. О чем должен быть обязательно проинформирован турист при заключении договора. Контроль и оценка качества туристского продукта. Качество обслуживания и качество услуги. Модель качества обслуживания, известная как пятиступенчатая модель. Конфликты и споры в практике Туроперейтинга.

Тема 8. Ценообразование в Туроперейтинге.

Цена в комплексе маркетинга туроператора. Цена как элемент рынка. Ценообразование в сфере туризма. Ценовая политика. Процесс выработки ценовой политики. Цели и методы ценообразования. Ценовые стратегии и тактики туроператора. Издержки производства и себестоимость турпродукта. Калькуляционная статья. Пример калькуляции тура на группу из 10 человек по маршруту «Москва – Сочи - Москва». Расчет окончательной цены турпродукта. Ценообразование в Туроператорская и турагентская деятельность. Типовые

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

схемы калькуляции себестоимости туристского продукта. Расчеты нулевой рентабельности на уровне группового тура и на уровне фирмы. Метод нормативной калькуляции при расчете окончательной цены турпродукта. Разработка ценовой линии туроператора.

Тема 9. Продвижение туристского продукта

Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть. Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта. Подбор партнеров по сбыту.

Тема 10. Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.

Технология производства и реализации турпродукта «Автобусные туры». Виды и характеристика автобусных туров, организованных во внутреннем сообщении. Требования к документации. Основные маршруты внутренних автобусных туров. Виды и характеристика автобусных туров, организованных в международном сообщении. Требования к документации. Особенности организации турпродукта на международных маршрутах. Комбинированные туры. Основные операторы по производству автобусных туров. Технология производства и реализации турпродукта «Круиз». Понятие «Морской круиз». Особенности создания и реализации морских круизов. Основные круизные компании и маршруты проведения морских круизов. «Ледовые круизы» и «Круизы на пароме» как разновидность турпродукта. Понятие «Речной круиз». Особенности создания и реализации речных круизов. Основные круизные компании и маршруты речных круизов. Технология производства и реализации турпродукта «Железнодорожное путешествие». Понятие «Железнодорожное путешествие». Особенности организации железнодорожных туров в пригородном и дальнем сообщениях. Обязанности штатных работников туристско-экскурсионного поезда. Документация, необходимая на борту туристско-экскурсионного поезда. Наиболее популярные маршруты туристско-экскурсионных поездов в России и за рубежом.

Тема 11. Инновационные методы работы туристского предприятия.

Новшества и инновации в турбизнесе, как они внедряются и как влияют на работу турагентств. Понятие «инновация», виды и функции инноваций. Сущность и основные принципы инноваций в туризме. Основные направления инновационной деятельности туристских организаций. Государственная поддержка инновационной деятельности в туризме.

Тема 12. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Классы обслуживания. Шкала потребностей клиентов.

Понятие «класс обслуживания» и его роль в создании турпродукта. Виды классов обслуживания в системах размещения и в системах транспортного обслуживания; их характеристика. Уровень предоставления сопутствующих услуг и влияние его на класс обслуживания туристов в целом. Классификация туров, учитывающая класс обслуживания туристов.

Тема 13. Формирование коммуникационных навыков менеджера по туризму.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

Основы успешной коммуникации. Преодоление конфликтов. Общение по телефону, через интернет, информирование клиентов. Коммуникативные навыки менеджера в работе с туристами. Важнейшие коммуникативные умения для работника турфирмы. Формирование коммуникативного опыта сотрудников турфирмы. Приемы эффективной коммуникации в турфирме. Правила при работе с сомневающимися клиентами. Средства и методы формирования туристских предпочтений. Социально-демографические особенности клиентов.

Тема 14. Формирование имиджа и бренда туроператора.

Имидж, способы его формирования, для чего он нужен. Типология имиджа въездного / выездного агентства. Как и где продвигать имидж.

Тема 15. Организация встречи продавца и покупателя. Формирование постоянной клиентской базы. Участие в туристских выставках и ярмарках.

Выставки в комплексе маркетинга туристской фирмы. Туристские выставки как инструмент маркетинга. Понятие «выставка» по Международному бюро выставок. Функции выставочных мероприятий. Классификация выставочных мероприятий. Международная классификация ярмарок UFI. Особенности туристских выставок. География туристских выставок. Крупнейшие выставочные территории мира. Календарь проведения основных туристских выставок в мире. Календарь основных туристских выставок в России.

Тема 16. Особенности работы туроператора с турагентами.

Процедура поиска и выбора агентов. Агентское соглашение. Работа с туристскими агентствами. Основные функции турагентов. Основные типы туристических агентств. Свободное и несвободное агентства. Особенности турброкерской работы. Агентские сети и способы стимулирования их активности. Прямая агентская сеть. Презентативная агентская сеть. Совмещенная агентская сеть. Субагентская сеть.

Тема 17. Система скидок и методы стимулирования продаж.

Способы материального стимулирования турагентской деятельности: «плавающая комиссия», бонуснонакопительная система, возврат денежных средств за участие в рекламных турах, совместная реклама, капиталовложения в деятельность турагентства. Технологические способы стимулирования: приоритетное рассмотрение заявок, регулярная информация о новых продуктах, изменение цены или комиссии и др. Нематериальные стимулы: конкурсы среди агентов, эксклюзивные права на продукт, поздравления с праздником и др. Образовательные стимулы: мастер-классы, тренинги, семинары, презентации и др.

Тема 18. Информационные технологии бронирования турпутевок у туроператоров.

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Интернет в туроператорской деятельности. Место и значение сайта в туристской деятельности. Присоединенная и неприсоединенная сети бронирования. Автоматизация профессионального труда менеджеров. Средства хранения, обработки и передачи информации. Компьютерные системы бронирования и работа с ними.

Тема 19. Обеспечение паспортной и визовой поддержки. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. Виза и визовый запрос.

Сущность и значение туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности. Виды виз и порядок их выдачи. Паспортный контроль. Правовое и документационное обеспечение визового и безвизового въезда иностранных граждан на территорию РФ. Таможенные формальности и валютный контроль. Таможенная декларация и таможенный контроль. Нарушение таможенных правил. Таможенные правила и правила провоза через границу РФ культурных ценностей. Медико-санитарные формальности. Порядок провоза объектов флоры и фауны. Правила ввоза домашних животных в страны ЕС. Особенности ввоза и вывоза флоры и экзотических животных и изделий из них в разных странах мира.

5. Тематическое планирование

Модули дисциплины

№	Наименование модуля	Лекции	Практики/ семинары	Лабораторные	Сам. работа	Всего, часов
1	Модуль 1. Основы Туроператорской и турагентской деятельности.	8	14		44	72
2	Модуль 2. Формирование турпродукта	28	22		100	126
	Всего	36	36		144	198

Тематический план

Модуль 1. Основы Туроператорская и турагентская деятельность

№ темы	Тема	Кол-во часов	Компетенции по теме
	Лекции	8	
1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
2	Понятие турпродукта. Структура и уровни турпродукта	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

3	Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг. Основные и сопутствующие услуги в составе турпродукта.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
4	Организационно-правовые основы деятельности туроператора. Документооборот в туристическом предприятии.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Практические занятия	14	
	Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО		ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном, региональном, местном рынке	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в РФ.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Услуги туристского профиля в составе турпродукта	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Агентский договор. Основные положения и особенности	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Виды туристских предприятий. Турагентские фирмы	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Комиссионные вознаграждения. Бонусы	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Самостоятельная работа	44	
1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	10	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
2	Понятие турпродукта. Структура и уровни турпродукта	4	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
3	Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг. Основные и сопутствующие услуги в составе турпродукта.	10	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
3	Услуги туристского профиля в составе турпродукта	10	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
4	Организационно-правовые основы деятельности туроператора.	10	ОПК-5, ПК-6, ПК-7

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Модуль 2. Формирование турпродукта.

№ темы	Тема	Кол-во часов	Компетенции по теме
	Лекции	28	
5	Проектирование туристского продукта.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
7	Договорные отношения в Туроператорская и турагентская деятельности.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
8	Ценообразование в Туроператорская и турагентская деятельности.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
10	Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.	4	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
11	Инновационные методы работы туристского предприятия.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
12	Факторы, влияющие на поведение покупателей. Классы обслуживания. Шкала потребностей клиентов	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
14	Формирование имиджа и бренда туроператора.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
15	Организация встречи продавца и покупателя. Формирование постоянной клиентской базы. Участие в туристских выставках и ярмарках.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
16	Особенности работы туроператора с турагентами.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
17	Система скидок и методы стимулирования продаж.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
18	Информационные технологии бронирования турпутевок у туроператоров.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
19	Обеспечение паспортной и визовой поддержки. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. Виза и визовый запрос.	4	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Практические занятия		
	Продвижение турпродукта	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	Разработка тематических программ обслуживания туристов	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Разработка презентации / вебинара по туристским услугам региона с целью продвижения.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Характеристика отдельных видов турпродукта по целям	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Визовые формальности. Особенности оформления виз. Страхование	4	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Характеристика существующих туроператоров выездного туризма в РФ.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Практикум по разработке тура по Камчатке	4	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Круглый стол по обсуждению актуальных и проблемных новостей Туроператорская и турагентская деятельность на текущий момент	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Итоговый тест по дисциплине.	2	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
	Самостоятельная работа	100	
5	Проектирование туристского продукта.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
6	Формирование туристского продукта.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
7	Договорные отношения в Туроперейтинге.	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
8	Ценообразование в Туроперейтинге.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
9	Продвижение туристского продукта	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
10	Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
11	Инновационные методы работы туристского предприятия.	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
12	Факторы, влияющие на поведение покупателей. Классы обслуживания. Шкала потребностей клиентов	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
14	Формирование имиджа и бренда туроператора.	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
15	Организация встречи продавца и покупателя. Формирование постоянной клиентской базы. Участие в туристских выставках и ярмарках.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

16	Особенности работы туроператора с турагентами.	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
17	Система скидок и методы стимулирования продаж.	8	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
18	Информационные технологии бронирования турпутевок у туроператоров.	6	ОПК-5, ПК-6, ПК-7
19	Обеспечение паспортной и визовой поддержки. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. Виза и визовый запрос.	10	ОПК-5, ПК-6, ПК-7

6. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа включает две составные части: аудиторная самостоятельная работа и внеаудиторная.

Самостоятельная аудиторная работа включает выступление по вопросам семинарских занятий, выполнение практических заданий (*при наличии*).

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов заключается в следующих формах:

- изучение литературы; осмысление изучаемой литературы;
- работа в информационно-справочных системах;
- аналитическая обработка текста (конспектирование, реферирование);
- составление плана и тезисов ответа в процессе подготовки к занятию;
- решение задач;
- подготовка сообщений по вопросам семинарских занятий.

Вопросы самоконтроля по темам дисциплины:

	Тема
Тема 1	Теоретические основы Туроперейтинга
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приведите примеры удачно определенных миссий туроператора. 2. Какие цели преследует в своей деятельности туроператорская фирма? 3. Перечислите основные черты современного рынка туроператоров. 4. Каковы особенности географии российского Туроператорская и турагентская деятельность?
Тема 2	Организационно-правовые основы деятельности туроператора
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие преимущества дает введение финансовых гарантий туроперейтинга? 2. Проанализируйте Единый федеральный реестр туроператоров как один из способов государственного регулирования туристской деятельности. 3. Какие виды предприятий туризма выделяют в отечественной и зарубежной практике бизнеса. 4. Какие организационно-правовые формы юридических лиц вы знаете?

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	5. Охарактеризуйте важнейшие разновидности организационно-управленческой структуры туристских предприятий.
Тема 3	Турпродукт как результат деятельности туроператора
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите важнейшие потребительские свойства туристского продукта. 2. Проведите обзор зарубежных и отечественных концепций туристского продукта. 3. Какие классы туристского обслуживания вы знаете? Охарактеризуйте каждый из них. 4. Перечислите стратегии менеджмента и маркетинга, применяемые туроператором на каждой стадии жизненного цикла.
Тема 4	Проектирование туристского продукта.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие документы являются результатом проектирования турпродукта? 2. Назовите основные хозяйствующие субъекты туристского рынка. 3. Какие факторы оказывают влияние на конкурентоспособность туристского обслуживания? 4. Приведите примеры сегментирования по основным критериям.
Тема 5	Формирование туристского продукта
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите преимущества и недостатки прямой и опосредованной организации туров. 2. Каковы особенности работы отправляющего и принимающего туроператора на стадии планирования туров? 3. Перечислите существующие схемы работы отправляющего туроператора с поставщиками туристских услуг. 4. Какие строки содержит бланк туристской путевки? 5. Какие данные содержит информационный листок к туристской путевке? 6. Каково содержание и назначение туристской памятки?
Тема 6	Договорные отношения в Туроператорская и турагентская деятельности
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие условия составляют основу любого туристского договора? 2. Перечислите основные требования к составлению туристских договоров. 3. Какие обстоятельства оговариваются в договоре о реализации турпродукта? 4. Какие способы решения жалоб характерны? 5. Туристский рэкет и примеры. 6. Рассмотрите 2-3 претензии туристов к турфирме и предложите наиболее эффективные способы их разрешения. 7. Каковы основные принципы работы персонала туроператора с поступающими жалобами?
Тема 7	Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается сущность рискованных схем работы туроператора с отелем? 2. Каковы особенности безрисковых схем работы туроператора с отелем? 3. Перечислите особенности организации экскурсионного обслуживания? 4. Схемы сотрудничества туроператора и гостиниц.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

Тема 8	Ценообразование в туроперейтинге
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Каковы особенности процесса выработки ценовой стратегии? 2. Какие существуют цели ценообразования и как они устанавливаются? 3. Какие особенности выбора методов ценообразования? 4. Охарактеризуйте ценовые стратегии, применяемые в работе туроператора. 5. Приведите примеры ценовых манипуляций. 6. Как рассчитывается цена турпакета: а) на группу; б) на человека? 7. Перечислите основные правила разработки ценовой линии туроператора.
Тема 9	Методы продвижения туристского продукта.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте основные разновидности туристской рекламы. 2. Назовите основные способы общения персонала туроператора с клиентами и методы преодоления возражений с их стороны. 3. Назовите преимущества и недостатки туристской пропаганды. 4. Из каких этапов состоят подготовка и проведение пропагандистских мероприятий? Раскройте содержание каждого из них. 5. Какие разновидности агентской комиссии вы знаете? 6. Каковы особенности и преимущества использования интернет-технологий в работе туроператора? 7. На какие группы делятся все сайты туроператоров? Перечислите достоинства и недостатки.
Тема 10	Выставочная деятельности в туроперейтинге
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите крупнейшие туристские выставки, проходящие в России и за рубежом. 2. Какие цели и задачи преследует туроператор, принимая решение об участии в работе туристской выставки. 3. Приведите примеры основных стендовых услуг. 4. От каких факторов, по вашему мнению, будет зависеть успех туроператора в работе на выставке? 5. Рассмотрите основные типологии посетителей выставки. 6. Выберите наиболее понравившуюся вам типологию и аргументируйте выбор.
Тема 11	Особенности работы туроператора с турагентами.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие разновидности агентских сетей вы знаете? Назовите преимущества и недостатки каждой из разновидностей. 2. Как осуществляется организация информационных, ознакомительных, рекламных туров? Каково их значение для туроператора? 3. Перечислите основные правила оформления каталога туроператора.

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

6.1. Планы семинарских (практических, лабораторных) занятий

Семинар 1. Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО

Предварительная подготовка студентов: студенты заранее готовятся для ответа на вопросы.

1. Понятие, виды и характеристика деятельности туроператора и турагентов.
2. Рассмотреть нормативно-правовые документы. Изучить закон о туристской деятельности, основу туристского права. Проанализировать правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма.
3. Финансовое обеспечение туристской деятельности.
4. Определение основных положений турагентской деятельности в нормативно-правовых документах. Заполнить таблицу.

№	Документы, регулирующие деятельность турагентства	Номер и дата выхода документа	Основные положения, понятия

Контрольные вопросы:

1. Как ФЗ «Об основах туристской деятельности» рассматривают категорию «туристской услуги»?
2. Как в основном туристском законе трактуется турагентская деятельность?
3. Почему туроператор и турагент имеют различную юридическую базу?
4. Как связан закон «О защите прав потребителей» и турагентская деятельность?
5. Реестр туроператоров и турагентов. В чем их схожесть и в чем различие?

Источники:

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ)
2. Федеральный Закон «О защите прав потребителей» (с изменениями от 2 июня 1993 г., 9 января 1996 г., 17 декабря 1999 г., 30 декабря 2001 г., 22 августа, 2 ноября, 21 декабря 2004 г., 27 июля 2006 г., 25 ноября 2006 г., 25 октября 2007 г., 23 июля 2008 г., 3 июня 2009 г., 23 ноября 2009 г., 18 июля 2011 г.)
3. «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта» Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 г. № 454 (в редакции Постановления Правительства РФ от 23.03.2013 № 254)

Семинар 2. Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном, региональном, местном рынке.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

1. Выбрать дестинацию. Раскрыть её природно-климатические ресурсы, подходящие для использования при формировании туров.
2. Выбрать дестинацию. Раскрыть её культурное наследие, используемое при создании турпродукта.
3. Составить перечень известных Вам традиций, которые могут быть использованы при создании турпродукта.
4. Схематично изобразить общие и отличительные свойства, характеризующие национальный турпродукт и турпродукт туроператора.

Семинар 3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в РФ.

Форма проведения семинара: обсуждение заранее предложенных вопросов

Предварительная подготовка студентов: студенты заранее готовят доклады по темам.

1. Агентский договор с туроператором.
 2. Ответственность туроператора и турагента по осуществлению туристской деятельности.
- Контрольные вопросы:
1. Туроператор – продвижения и реализация турпродукта. На примере опыта одного из ведущих туроператоров по выездному туризму
 2. Турагент – продавец туруслуги. Рекламная деятельность турагента на примере рекламной компании одного из московских турагентств..
 3. Особенности работы лицензированных турагентств на примере конкретного турагентства.
 4. Комиссионные продажи и их особенности в современном туризме.
 5. Турагентские сети. Плюсы и минусы участия турагента в сетях (на конкретных примерах)

Семинар 4. Услуги туристского профиля в составе турпродукта.

1. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.
2. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта, товар. Способы потребления транспортных услуг.
3. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий, предоставляющих услуги размещения.
4. Услуги развлекательного характера как составляющая часть турпродукта. Специальные программы, предназначенные для развлечения туристов: тематические парки, шоу-музеи, костюмированные туры, событийные туры, анимация, традиционные формы.
5. Сопутствующие услуги в составе турпродукта: 1. Использование кредитных и банковских карт в создании и реализации турпродукта.
2. Услуги охраны, используемые при реализации турпродукта: в сфере размещения, транспортного обслуживания, при парковке автомобилей, личная охрана и др.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

3. Значение страхования в создании турпродукта. Обязательное и добровольное страхование, их виды.
5. Информационные услуги в составе турпродукта. Виды информационных услуг, способы их предоставления.
6. Услуги питания как составляющая часть турпродукта. Способы предоставления питания туристам; виды питания.

Семинар 5. Агентский договор. Основные положения и особенности.

1. Договор: сущность, структура, правовая основа, особенность договорной деятельности в туризме.
2. Особые условия договора между туристской фирмой и туристом.

Студенты заранее готовят ответы на вопросы по плану:

1. Структура, содержание и особенности составления туристского договора.
2. Предмет договора, обязанности сторон в туристском договоре.
3. Условия аннуляции и штрафные санкции туристского договора.
4. Проанализировать туристский договор одной из турагентских компаний (на выбор студента).
5. Как связаны туристский и агентский договор турагента и туроператора?

Семинар 6. Виды туристских предприятий. Турагентские фирмы.

1. Организационно-правовые формы туроператоров и турагентов: ООО, ЗАО, ОАО, ИЧП и др.
2. Устав, учредительный договор, регистрация в налоговых и других государственных органах.
3. Основные цели и задачи турагентской фирмы. Требования российского законодательства при открытии турфирмы. Проанализировать туристические агентства города и их организационно-правовые формы.
4. Бизнес-план и его роль в судьбе фирмы. Бизнес-планирование, персонал, помещение офиса, рекламная и иная деятельность фирмы. Методы проектирования организационных структур.
5. Линейно-функциональный тип организационной структуры. Стратегическое и тактическое планирование, основные этапы.
6. Формирование программы обслуживания.
7. Закрытие турфирмы.

Семинар 7. Комиссионные вознаграждения. Бонусы

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Форма проведения семинара: обсуждение заранее предложенных вопросов

Цель семинарского занятия: рассмотреть практику использования комиссионных вознаграждений на примерах работы конкретных крупных туроператоров.

План семинара:

1. Ставки комиссионных вознаграждений.
2. Практика применения бонусов.
3. Уполномоченные и франчайзинговые турагентства.

Контрольные вопросы:

1. Структура, содержание и особенности составления агентского договора.
2. Предмет договора и обязательства сторон как отражение функциональных особенностей работы туроператора и турагента.
3. На примере агентского договора туркомпании «Елара» проанализировать основные требования туроператора к турагенту.
4. Сравнить агентские договора и условия взаимодействия различных российских туроператоров и составить по ним сравнительную таблицу.
5. Разрешение споров, форс-мажорные обстоятельства, дополнения и приложения – задачи, стоящие перед этими частями договоров.

Семинар 8. Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.

Задание: по 1 пункту составить сравнительную таблицу:

№	Тип тура	Дестинации	Туроператоры	Особенности тура

1. Описание тура по целям:

- туристско-оздоровительные,
- экскурсионно-познавательные,
- лечебные,
- спортивные,
- обучающие и образовательные,
- зрелищно-развлекательные,
- бизнес- и конгресс- туры,
- туры по интересам,

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

производственно-ознакомительные,

этнические и бытовые и т.д.);

по способу формирования (инклюзив-туры и заказные);

по составу участников (групповые, индивидуальные, семейные, детские и подростковые, молодёжные, для людей «третьего поколения»);

по способу передвижения (стационарные, маршрутные, походы).

2. Разработать памятку для одного из типов путешествия.

3. Подобрать несколько программ однотипных лечебно- оздоровительных туров, предлагаемых различными туроператорами, и сравнить их между собой.

Семинар 9. Продвижение турпродукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование сбытовой сети. Основные внешние и внутренние каналы сбыта. Формы продажи туристского продукта (собственные бюро продаж, контрагентская сеть, продажа на основе связи с корпоративными клиентами, через специализированные магазины, через Интернет).

2. Разработка рекламно-информационных изданий как методы успешного продвижения турпродукта. Характеристика информационных изданий: каталогов, листовок, буклетов, брошюр.

3. Участие в выставках. Классификация выставок по целям и частоте проведения, по характеру предложения экспонатов, по составу участников. Основные этапы выставочной деятельности турпредприятий.

4. Реклама как средство продвижения турпродукта. Основные функции рекламы. Роль рекламы в продвижении турпродукта. Механизм осуществления рекламного процесса. Средства размещения рекламы. Виды туристской рекламы. Средства распространения рекламы.

5. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Нерекламные методы продвижения турпродукта (стимулирование туристов, розничных турагентств, пропаганда туризма, информационные поездки).

Практическое задание:

Вы недавно стали руководителем небольшой туристской организации. В данной фирме малый объем продаж туристского продукта. Перед Вами, как перед руководителем, стоит задача привлечения большего числа клиентов. Как Вы поступите? Ваши действия? (опишите).

Семинар 10. Разработка тематических программ обслуживания туристов.

Цель: сформировать умения разрабатывать тематические программы обслуживания с учетом запросов потребителя.

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Составить проект программы обслуживания туристов, определив: - маршрут путешествия; - продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута; - перечень организаций, предоставляющих основные услуги (средства размещения туристов, предприятия питания, перевозчики), дополнительные услуги (экскурсионные организации, экскурсоводы-предприниматели, спортивные сооружения, театры, музеи, и т.д.) – соисполнителей услуги; - период предоставления услуг каждым предприятием и организацией– соисполнителем услуги; - состав экскурсий и достопримечательных объектов; - перечень прогулок, комплекса досуговых мероприятий; - количество туристов, участвующих в путешествии; - виды транспорта для перевозок туристов; - необходимого количества транспортных средств; - экскурсоводах, гидах-переводчиках, сопровождающих, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки.

Семинар 11. Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.

Студенты разбиваются в команды по 2-3 человека. Каждая команда выбирает туристический маршрут Камчатского края, который нужно продвинуть на внутреннем рынке РФ. Подготовить презентацию или вебинар для туристов (описать основные целевые аудитории) с основной информацией по маршруту, стоимости, размещению и т.д.

Семинар 12-13. Визовые формальности. Особенности оформления виз. Страхование.

1. Типы виз, особенности их получения.
2. Проконсультируйте туриста по необходимому пакету документов на визу в страны ЕС.
3. Заполнить анкету на визу в страну ЕС. (анкету взять заранее на сайте консульства Испании, Италии, Франции или другой страны по выбору).
4. Как правильно использовать мультивизу?
5. Визы в Китай.
6. Визы в США.
7. Визы в Великобританию.
8. Страны безвизового въезда, что нужно знать туристу?
9. Виза на Кипр.
10. Особенности получения виз в другие туристически популярные страны.
11. Оформление страховки. Что покрывает страховка? Что нужно знать туристу?
12. Можно ли оформить страховку будучи в путешествии?

Семинар 14. Характеристика существующих туроператоров выездного туризма в РФ.

1. На основании отчетов, статистики, рейтингов охарактеризовать 10 ведущих туроператоров выездного туризма.
2. Каждый студент готовит презентацию с характеристикой туроператора, о его работе, страховом обеспечении, основных направлениях работы, партнерах (авиакомпаниях, мит-

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

компаниях). Использует сайт туроператора для описания системы бронирования на сайте, системе работы в целом.

3. Составление таблиц о ведущих туроператорах по основным направлениям массового туризма: Турция, Тайланд, Греция, Болгария, Тунис, Вьетнам и др. (отдых в Европе, горнолыжные курорты, Скандинавия)

Семинар 15- 16. Практикум по разработке тура по Камчатке.

Задание:

Составить маршрут тура на 7-8 дней.

Определить маршрут тура, целевую аудиторию.

Полностью расписать деятельность и занятость туристов.

Расписать партнеров туроператоров: средства размещения, транспортные компании, предприятия общественного питания и др., основание для работы (виды договоров)

Объяснить ценообразование: стоимость для туриста, прибыль ТО.

Семинар 17. Круглый стол по обсуждению актуальных и проблемных новостей туроператоров и турагентов на текущий момент.

Семинар 18. Итоговый тест по дисциплине.

7. Тематика контрольных работ, курсовых работ: не предусмотрены учебным планом

8. Примерный перечень вопросов к экзамену.

1. Функции современных туроператоров.
2. Отличие туроператора от турагента.
3. Миссия и цели туроператора.
4. Основные направления и формы работы турфирм.
5. Виды туроперейтинга.
6. Классификация туроператоров.
7. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
8. Профиль работы туроператоров.
9. Законы и иные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность туроператора.
10. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
11. Процедуры стандартизации и сертификации туристских услуг
12. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристского предприятия.
13. Основные организационно-правовые формы туристского предприятия.
14. Классификация туристских фирм.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

15. Учредительные документы туристской организации.
16. Регистрация и оформление туроператорской фирмы.
17. Значение организационно-управленческой структуры для турфирмы.
18. Виды организационных структур туристских предприятий.
19. Определение понятий «туристская услуга» и «турпродукт».
20. Основные и специфические характеристики туристских услуг.
21. Источники турпродукта.
22. Экономическая сущность турпродукта.
23. Особенности структуры турпродукта.
24. Элементы и уровни турпродукта.
25. Соотношение понятий «турпродукт», «тур», «туристский маршрут», «туристский пакет».
26. Варианты турпакетов.
27. Особенности индивидуальных и групповых туров.
28. Особенности организации заказных и инклюзив – туров.
29. Классы туристского обслуживания.
30. Специфика проектирования туров.
31. Туристский рынок: его особенности и характеристики и основные элементы.
32. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования туристского рынка.
33. Стратегии конкурентной борьбы в практике туроперейтинга
34. Маркетинговое исследование потребительского рынка и дифференциация туров операторов.
35. Факторы, образующие маркетинговую среду туроператора.
36. Факторы внешней и внутренней среду туроперейтинга.
37. Критерии сегментирования туристского рынка.
38. Позиционирование туров и туроператоров.
39. Ошибки туроператоров при определении рыночной позиции.
40. Программа обслуживания.
41. Подходы к разработке программы туристского обслуживания.
42. Комплексные и тематические программы обслуживания.
43. Принципы составления тематических туристских программ.
44. Этапы процесса планирования туров.
45. Деятельность российского отправляющего / принимающего туроператора.
46. Договорной план тура и основные принципы его составления.
47. Процедура идентификации поставщиков туристских услуг.
48. Основные реквизиты, входящие в договор с поставщиками услуг.
49. Документы, получающие на руки туристом при покупке тура.
50. Оформление договора о реализации туристского продукта.
51. Элементы туристского ваучера.
52. Правила оформления туристской путевки.
53. Туристский договор и разновидности договоров.
54. Особенности оформления туристских договоров.
55. Способы заключения туристских договоров.
56. Договоров между отправляющим и принимающим туроператором.
57. Условия договора о реализации турпродукта.
58. Анализ договора о реализации туристского продукта.
59. Контроль качества и приемы оценки качества туристского обслуживания.
60. Категории жалоб в туризме. Туристский рэкет.
61. Оформление претензий.
62. Формы взаимодействия турфирм с авиакомпаниями.
63. Элементы договора чартера.
64. Права и обязанности, устанавливающиеся договором воздушной перевозки.

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

65. Формы сотрудничества туроператора и предприятий железнодорожного транспорта.
66. Особенности организации железнодорожных туров.
67. Работа туроператора с автотранспортными предприятиями.
68. Формы взаимодействия туроператора с судовладельцами.
69. Специфика оформления документации морского и речного круизов.
70. Схема сотрудничества туроператора и гостиниц.
71. Разновидности договоров туроператора с предприятиями размещения и питания.
72. Документация для оформления экскурсионного обслуживания.

Примерные тесты по дисциплине:

Тест №1

нормативно-правовая база туристской деятельности

1. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется путем исполнения следующих мероприятий. Какое (одно) из них не соответствует действительности?

- а. определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма;
- б. содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туристов и обеспечения их безопасности;
- в. содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;
- г. информационного обеспечения, создания благоприятных условий для развития туристской индустрии и оказания государственных услуг в сфере туризма;
- д. взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе и за пределами РФ;
- е. обязательного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, усиления командно- административных методов регулирования туристской деятельностью.

2. Какое (одно) из нижеперечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

- а. содействие туристской деятельности;
- б. постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма;
- в. создание благоприятных условий для развития туристской деятельности;
- г. определение приоритетных направлений туристской деятельности;
- д. формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма; е. поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

- а. из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;
- б. из Конституции РФ, федеральных законов и подзаконных актов, определяющих развитие туристской деятельности и связанного с ним сервиса в РФ;
- в. из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;
- г. из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и за рубежом;

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

д. из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

4. Временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания называется:

- а. туристской деятельностью;
- б. путешествием;
- в. паломничеством;
- г. туризмом;
- д. отпуском;
- е. отдыхом.

5. Туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий называется:

- а. деятельностью турфирм;
- б. досуговой деятельностью;
- в. организацией путешествий;
- г. организацией отдыха;
- д. туристской деятельностью;
- е. предпринимательством.

6. комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта:

- а. туристским сервисом;
- б. сферой обслуживания;
- в. социально – культурным комплексом;
- г. туристским продуктом; д. гостинично-туристским предприятием; е. туром.

7. Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, называются:

- а. туристскими возможностями;
- б. туристскими достопримечательностями;
- в. туристскими ресурсами;
- г. объектами туристского показа;
- д. объектами туристского посещения;

8. Дайте определение термину «Турист»

9. Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков, называется:

- а. комплексом туристских услуг;
- б. туристским сервисом;
- в. социально –культурным обслуживанием;
- г. туристским продуктом;
- д туристско-гостиничным комплексом;

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

е. туристской индустрией.

10. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом, называется:

- а. продажей туристских продуктов;
- б. реализацией туристских путевок;
- в. продвижением туристского продукта;
- г. турагентской деятельностью;
- д. реализацией туристского продукта;
- е. коммерческой деятельностью.

11. Турист имеет следующие права, за исключением одного пункта. Какого?

- а. на информацию о путешествии;
- б. на свободу передвижения и доступ к туристским услугам;
- в. на беспрепятственное и полное удовлетворение своих потребностей;
- г. на личную безопасность, сохранность имущества и медицинскую помощь;
- д. возмещение убытков и компенсацию морального вреда;
- е. содействие органов власти места временного путешествия и доступ к средствам связи.

12. Турист обязан соблюдать все следующие правила за исключением одного. Какого?

- а. соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания;
- б. уважать социальное устройство, обычаи, традиции и религиозные верования в стране (месте) пребывания;
- в. принимать активное участие в политической жизни страны (места) пребывания;
- г. сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры;
- д. соблюдать правила въезда, пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;
- е. соблюдать правила личной безопасности.

Тест 2.

1. К основным туристским услугам относятся:

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

2. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

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

3. Групповой тур – это ...

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

4. Какие обозначения класса обслуживания туристов применяются в прак-тике турфирм:

- а) *super* – класс
- б) *ultra super* класс
- в) *VIP* – класс (1 клласс)
- г) Бизнес – класс
- д) Туристский класс
- е) Эконом – класс

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

5. Из чего складывается цена турпакета?
- затраты на производство тура
 - цены конкурентов на аналогичный продукт
 - уровень спроса на данный турпродукт
 - сезонность в туризме
 - экономическая и политическая ситуация в стране
 - топливный сбор
 - имидж фирмы
6. Стандартные виды питания на туре:
- НВ
 - FB
 - BB
 - All inclusive
 - без питания
7. Какой из видов туристской документации является бланком строгой фи-нансовой отчетности?
- туристский ваучер
 - путевка ТУР – 1
 - памятка туристу
 - лист бронирования
8. Что такое туристская виза?
- отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств
 - специальный вкладыш в паспорт
 - отдельный сопроводительный документ туриста
9. Что такое туристский ваучер?
- финансовый документ турфирмы
 - документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля
 - финансовое обязательство отеля
10. Что такое «поставщики услуг»?
- каналы продвижения турпродукта
 - каналы реализации турпродукта
 - предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.
11. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?
- отказ от исполнения условий договора любой из сторон
 - обстоятельства непреодолимой силы
 - неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения
12. Язык оформления международных соглашений:
- русский язык
 - государственные языки сторон соглашения
 - приемлемый третий язык
 - двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером
13. Фирменный стиль туристского предприятия – это ...
- важный психологический фактор для клиента при выборе фирмы
 - показатель успешной работы фирмы на рынке
 - непременное требование к наружному и внутреннему оформлению фирмы и исполнению рекламно-информационных материалов

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

14. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?
- служебный паспорт
 - дипломатический паспорт
 - паспорт моряка
 - общегражданский загранпаспорт
15. Ребенок может иметь загранпаспорт:
- с 6 лет
 - с момента рождения
 - с 14 лет
 - с 18 лет
16. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:
- деловой визы
 - частной визы
 - рабочей визы
 - туристской визы
17. Для въезда в какие европейские страны россиянам не нужна виза?
- Украина
 - Хорватия
 - Черногория
 - Болгария
 - Польша
 - Чехия
18. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:
- этой страны
 - некоторых стран – участниц
 - всех стран – участниц
19. Наличие визы:
- разрешает въезд в государство
 - гарантирует въезд на территорию страны
 - подтверждает регистрацию паспорта в консульстве государства, которое предстоит посетить
20. Пакет услуг (турпакет) – это ...
- набор туристской документации
 - произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
 - упаковка для рекламной продукции
21. Общие требования, предъявляемые к туристской услуге подразделяются на: (отметить V)
- обязательные
 - желательные
 - рекомендуемые
 - нерекомендуемые
22. К обязательным требованиям туристской услуги относятся:
- привлекательность
 - доступность
 - безопасность жизни и здоровья туристов

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

- г) сохранность имущества туристов
д) охрана окружающей среды
23. К рекомендуемым требованиям туристической услуги относятся:
- а) соответствие назначению
б) аттрактивность услуги
в) точность и своевременность исполнения
г) комплексность
д) этичность обслуживающего персонала
е) комфорт и эргономичность
ж) эстетичность
24. 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
25. Поставщики услуг подбираются по:
- а) региональному интересу
б) личным предпочтениям участников переговоров
в) виду туризма
г) содержанию программ обслуживания
д) сегменту потребителей в возрастном, социальном и экономическом плане
е) деловым качествам и репутации
ж) рекомендации двух участников рынка
26. Дайте полное написание вариантов питания:
- а) FB
б) HB
в) VB
27. 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
28. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:
- а) одном экземпляре
б) двух экземплярах
в) трех экземплярах
29. Памятка для туристов относится к числу:
- а) обязательных документов туристов
б) рекомендуемых документов
в) бланком строгой финансовой отчетности
30. Прайс-лист – это ...
- а) информация о ценах на различные туруслуги
б) справочный материал на маршруте
в) рекламные проспекты и буклеты
31. «Папка тура (маршрута)» создается для:

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- а) рекламы турпродукта
б) продвижения турпродукта
в) для обеспечения бесперебойной работы турпредприятия
32. Укажите, на каком этапе деятельности турфирмы необходима разработ-ка бизнес-плана предприятия:
- а) до принятия решения о создании предприятия
б) при начале деятельности турфирмы
в) при возникновении финансовых проблем
33. 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
34. Укажите возможную причину депортации туриста из страны следования:
- а) нарушение таможенных правил и норм поведения Российской Федерации
б) нарушение законодательства страны следования
в) отказ партнера в предоставлении услуг, заказанных фирмой
35. Назовите документ, являющийся неотъемлемой частью клиентского до-говора:
- а) карта местности
б) памятка туристу
в) страховой полис
г) лист бронирования
36. Укажите, в каком виде ведется рабочая документация фирмы:
- а) в электронном виде
б) на бумажных носителях
в) и на электронных и на бумажных носителях
37. Укажите две формы формирования каналов сбыта турпродукта:
- а) внешние каналы
б) внутренние каналы
в) собственные бюро продаж туроператора
38. Укажите три основных критерия при выборе партнеров по сбыту тур-продукта:
- а) имидж фирмы
б) стаж работы предприятия
в) дееспособность фирмы
г) отзывы конкурентов
д) кредитоспособность предприятия
е) правоспособность фирмы
39. Укажите 4 основных правовые документа, регламентирующие деятель-ность турист-ских предприятий:
- а) Федеральный Закон «О рекламе»
б) Федеральный Закон «О защите прав потребителей»
в) Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
г) Федеральный Закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въез-да в Россий-скую Федерацию»
д) Гражданский Кодекс Российской Федерации
е) Уголовный Кодекс российской Федерации
ж) Кодекс Законов о труде
40. Укажите срок подачи письменных жалоб в туризме:

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

- а) 30 дней с момента заключения договора
- б) 20 дней с момента начала путешествия
- в) 20 дней с момента завершения путешествия
- г) 10 дней с момента завершения путешествия.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение

9.1. Основная литература

1. Куприна, Л. Е. Технология разработки туристских маршрутов : учебное пособие / Л. Е. Куприна. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 155 с. — ISBN 978-5-4497-0081-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83280.html> (дата обращения: 26.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Исмаев, Д. К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учебное пособие / Д. К. Исмаев. — Москва : Книгодел, МАТГР, 2009. — 152 с. — ISBN 978-5-9659-0039-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/3771.html> (дата обращения: 24.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Жданова, Т. С. Технологии продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для ССУЗов / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 97 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44191.html> (дата обращения: 26.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9.2. Дополнительная литература

1. Крепс, Т. В. Организация экскурсионного обслуживания в туристской деятельности : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Туризм» / Т. В. Крепс. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 99 с. — ISBN 978-5-93926-331-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81859.html> (дата обращения: 23.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Сулейманова, Г. В. Технология и организация экскурсионных услуг : учебное пособие / Г. В. Сулейманова. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2015. — 251 с. — ISBN 978-5-7882-1796-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62313.html> (дата обращения: 27.03.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

	<i>Название электронного ресурса</i>	<i>Используемый для работы адрес</i>
--	--------------------------------------	--------------------------------------

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

1	Научная электронная библиотека – eLibrary	www.elibrary.ru
2	Сайт научной библиотеки КамГУ им. Витуса Беринга	bibl.kamgpu.ru
3	Образовательная платформа ЭБС ЮРАЙТ	www.biblio-online.ru
4	Электронная библиотека – IPRBOOKS	http://www.iprbookshop.ru/
5	Электронный каталог научной библиотеки КамГУ им. Витуса Беринга	http:// bibl.kamgpu.ru/index.php/elresonlin.
6	Справочно-информационная система «Консультант»	www.consultant.ru

специальные:

- Туристическая поисковая система <http://www.turpoisk.ru/>
- Туристическая система <http://ruspo.ru/>

10. Формы и критерии оценивания учебной деятельности студента

На основании разработанной компетентностной модели выпускника образовательные цели представлены в виде набора компетенций как планируемых результатов освоения образовательной программы. Определение уровня достижения планируемых результатов освоения образовательной программы осуществляется посредством оценки уровня сформированности компетенции и оценки уровня успеваемости обучающегося по пятибалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено»).

Основными критериями оценки в зависимости от вида работы обучающегося являются: сформированность компетенций (знаний, умений и владений), степень владения профессиональной терминологией, логичность, обоснованность, четкость изложения материала, ориентирование в научной и специальной литературе.

Критерии оценивания уровня сформированности компетенций и оценки уровня успеваемости обучающегося
Текущий контроль

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоения модулей дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ обучающихся				
		устный опрос	индивидуальные устные опросы	решение заданий в тестовой форме	выполнение практических заданий	дискуссия по вопросам для обсуждения, выносимым на практические (семинарские) занятия
Высокий	отлично	ответы на поставленные	ответы на поставленные	Оценка	выставляет	вопрос раскрыт полностью,

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

		вопросы излагаются четко, логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений, делаются обоснованные выводы, демонстрируются глубокие знания базовых нормативных и правовых актов, соблюдаются нормы литературной речи.	вопросы по разделу (модулю) излагаются четко, логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений, делаются обоснованные выводы, демонстрируются глубокие знания базовых нормативных и правовых актов, соблюдаются нормы литературной речи.	«отлично» - 85–100% правильных ответов;	ся обучающемуся, чей результат анализа ситуации оказался наиболее всесторонним, чье решение или расчет оказался наиболее продуманным, логичным и предусматривающим большее количество альтернативных вариантов решений;	точно обозначены основные понятия и характеристики в соответствии с нормативными и правовыми актами и теоретическим материалом.
Базовый	хорошо	ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно, материал излагается уверенно, демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер, соблюдаются нормы литературной речи, обучающийся демонстрирует хороший уровень освоения ма-	ответы на поставленные вопросы по разделу (модулю) излагаются систематизировано и последовательно, материал излагается уверенно, демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер, соблюдаются нормы литературной речи, обучающийся демонстрирует хороший уровень освоения материала.	Оценка «хорошо» - 70–84% правильных ответов;	выставляет обучающемуся, использовавшему методику или инструмент анализа с незначительными нарушениями, чей расчет имеет незначительные погрешности;	вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

		териала.				
Пороговый	удовлетворительно	допускаются нарушения в последовательности изложения ответов на поставленные вопросы, демонстрируются поверхностные знания вопроса, имеются затруднения с выводами, допускаются нарушения норм литературной речи.	допускаются нарушения в последовательности изложения ответов на поставленные по разделу (модулю) вопросы, демонстрируются поверхностные знания вопросов, изученных в данном разделе (модуле), имеются затруднения с выводами, допускаются нарушения норм литературной речи.	Оценка «удовлетворительно» - 55–69% правильных ответов;	выставляется каждому обучающемуся, чей расчет имеет нарушения, но в целом задание выполнено, анализ проведен поверхностно, в том числе с нарушением методики его проведения;	вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий
Компетенции не сформированы	неудовлетворительно	материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине, имеются заметные нарушения норм литературной речи, обучающийся допускает существенные ошибки в ответах на вопросы, не ориентируется в понятийном аппарате.	материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по разделу (модулю) дисциплины, имеются заметные нарушения норм литературной речи, обучающийся допускает существенные ошибки в ответах на вопросы, не ориентируется в понятийном аппарате.	Оценка «неудовлетворительно» - 54% и менее правильных ответов;	выставляется каждому обучающемуся, если анализ проведен в нарушение методики его проведения, результаты не обоснованы, не сделаны выводы, расчет произведен с грубыми нарушениями и не соответствует поставленной задаче.	ответ на вопрос отсутствует или в целом неверен.

Промежуточная аттестация

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоения дисциплины	Критерии оценивания обучающихся (работ обучающихся)
		зачет

Рабочая программа		СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Высокий	отлично (зачтено)	расширенное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; использование новых ресурсов (технологий, средств) в решении профессиональных задач; увеличение доли собственного участия в профессиональных практических видах деятельности, не предусмотренных образовательной программой; расширение среды профессиональной деятельности, не предусмотренной образовательной программой; наличие навыков системной оценки качества своей профессиональной деятельности
Базовый	хорошо (зачтено)	полное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; достаточная сформированность практических умений, продемонстрированная в ходе осуществления профессиональной деятельности как в учебной, так и реальной практик; наличие навыков оценивания собственных достижений, определения проблем и потребностей в конкретной области профессиональной деятельности
Пороговый	удовлетворительно (зачтено)	понимание теоретического содержания дисциплины с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, наличие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию
Компетенции не сформированы	неудовлетворительно (не зачтено)	отсутствует понимание теоретического содержания дисциплины, несформированность практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, отсутствие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию

11. Материально-техническая база

- Система учебного телевидения, состоящая из телестудии и кабельной инфраструктуры. Телестудия оборудована цифровой видеокамерой, видео-микшером и осветительной аппаратурой. Кабельная инфраструктура построена на коаксиальном кабеле с использованием телевизионной станции «Планар-8».
- Вычислительный и коммуникационный узел, использующий 4 сервера HELIOS Fortice C1 (Intel Xeon MP 1.4 512Mb Cache/ Up to 4 CPU/ Case Rack 7U/ 2048 Mb DDR SDRAM ECC PC1600/HDD 4 x 36 Gb SCSI Ultra 160 Hot Swap/ RAID Intel U3-2xchannel Ultra 160/LAN контроллеры 2x1000/ FDD 3,5"/CD-ROM 52x).
- Система дистанционного обучения в режиме «on-line» на базе компьютерной программы Adobe Connct Pro, позволяющая одновременно работать с 5 виртуальными аудиториями, каждая из которых может вмещать до 100 студентов.
- Университетская компьютерная система административного тестирования, содержащая тест по изучаемой дисциплине.
- Проектор Acer PNX0709.
- Доска интерактивная ACTIV Board.
- Оборудование компьютерной аудитории: Рабочая станция: Процессор Intel Pentium Dual Core E2180, 2000 MHz ОЗУ DDR2-800 1024 Мб, ЖД Maxtor STM 3250310AS – 16 ПЭВМ.

Рабочая программа	СМК-РПД-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»	

- Базовое программное обеспечение: Microsoft Windows XP SP3, Mandriva Linux 2010, Microsoft SQL Server 2008, Microsoft Office 2003/2007/, Adobe Reader, WinRar, Oracle Open Office 3.3.0, Microsoft Visual Studio 2008.

Учебно-лабораторные помещения социально-экономического факультета в достаточной степени оснащены приборами и оборудованием для реализации основной образовательной программы бакалавров по профилю «Социально-культурный сервис» направления «Сервис».