

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
рекреационной географии, страноведения и туризма



Федотов С.В.
подпись расписка подписи
30.06.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности
Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом
43.02.10 Туризм

Код и наименование специальности

Профиль получаемого профессионального образования социально-экономический

Специалист по туризму

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: 2023-2024

Семестр(ы): 6

Рекомендована: НМС факультета географии, геоэкологии и туризма, протокол о рекомендации №10 от 17.06.2021 г.

Составители программы: Федотов Сергей Владимирович, к.г.н., доцент

2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. стр.3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.3-7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.8

Технология и организация туроператорской деятельности

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.10 Туризм утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая. 2014г. N 474 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм ", входящей в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ, входящий в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

Цель дисциплины - получение студентами знаний и умений, обеспечивающих профессиональную деятельность работников предприятий туристской индустрии.

Задачи дисциплины:

- изучение туристских услуг, правила и особенности их предоставления;
- знакомство с нормативно-правовыми основами предприятия;
- рассмотрение принципов функционирования туристского предприятия;
- изучение инфраструктуры туризма;
- изучение туристских формальностей;
- рассмотрение предреализационных и реализационных процессов в сфере туризма.

1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМЫ	Макс. Учебная нагрузка студента, час	Самостоятельная работа студента	Количество аудиторных часов		
			Всего	Лекции	Практ. занятия

РАЗДЕЛ 1 ОСНОВЫ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	112	36	69	38	38
Тема 1. Туроператор как субъект туристского рынка.	8	4	4	2	2
Тема 2. Среда международного туроперейтинга.	8	4	4	2	2
Тема 3. Проектирование туров.	20	4	14	8	8
Тема 4. Планирование туров.	14	4	8	4	6
Тема 5. Основные схемы работы туроператора с поставщиками туристских услуг.	16	4	10	8	4
Тема 6. Ценообразование туристского продукта.	12	4	7	4	4
Тема 7. Продвижение туристского продукта.	12	4	8	4	4
Тема 8. Управление конфликтами в туроперейтинге.	12	4	8	4	4
Тема 9. Автоматизация туроперейтинга.	10	4	6	2	4
РАЗДЕЛ 2 ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СТРАТЕГИЯ И ФИНАНСЫ	56	13	40	24	34
Тема. 10. Стратегии туроперейтинга на туристском рынке.	19	3	14	8	12
Тема 11. Финансово-экономические аспекты туроперейтинга.	17	3	12	8	10
Тема 12. Безопасность в путешествии.	10	3	8	4	6
Тема 13. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга.	10	4	6	4	6
РАЗДЕЛ 3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА	26	18	18	12	19
Тема 14. Документооборот в туроперейтинге.	14	8	10	6	10
Тема 15. Правовое регулирование отношений в сфере туризма.	12	10	8	6	9
Курсовой проект	30				
ИТОГО	194	67	127	74	53

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1 ОСНОВЫ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Туроператор как субъект туристского рынка. Функции туроператорских фирм на рынке услуг. Виды туроперейтинга и туроператоров. Профиль работы туристического оператора.

Тема 2. Среда международного туроперейтинга. Внешние факторы туроперейтинга. Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Туристские ресурсы как фактор внешней среды туризма. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга.

Тема 3. Проектирование туров. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и неимущественных потребительских стоимо-

стей (в форме услуги). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Концепция маркетинга в турпланировании. Этапы маркетинговых исследований туристского рынка. Сегментирование туристического рынка. Сегментирование рынка туристских услуг по географическому и экономическому принципам. Сегментирование на принципах количественного предпочтения туристов. Возрастное сегментирование. Сегментирование по принципам туристских предпочтений. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды. Определение фокус-группы. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристическом рынке. Позиционирование туров и туроператоров.

Тема 4. Планирование туров. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров. Идентификация поставщиков туристических услуг. Составление договорного плана тура.

Тема 5. Основные схемы работы туроператора с поставщиками туристских услуг. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии. Системы классификации отелей. Обзор гостиничных рынков различных регионов мира. Организация аренды отеля. Покупка блока мест на условиях комитмента. Покупка блока мест на условиях элонтмента. Работа на условиях безотзывного и приоритетного бронирования. Работа на условиях стандартной и повышенной комиссии. Схема взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Права и обязанности пассажира. Права и обязанности перевозчика. Особенности перевозки пассажиров регулярными рейсами. Особенности перевозки пассажиров чартерными авиарейсами. Договор чартерной перевозки. Схема взаимоотношений туроператора и железных дорог. Схема взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев. Компоненты инфраструктуры современного круизного лайнера. Права и обязанности перевозчика и туриста. Особенности ценообразования на круизные маршруты. Схема взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий. Обязанности и ответственность перевозчика. Обязанности и ответственность туроператора. Ответственность туристов. Взаимоотношения туроператора и экскурсионной компании. Взаимоотношения туроператора и страховой компании. Визовая поддержка российских и иностранных туристов со стороны отечественных туроператоров.

Тема 6. Ценообразование туристского продукта. Расчет нулевой рентабельности на уровне группового тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы. Методы ценообразования. Формирование ассортимента туроператора.

Тема 7. Продвижение туристского продукта. Формирование сбытовой сети. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение. Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта. Тактические решения по рекламе. Нерекламные методы продвижения. Стимулирование продажи и пропаганда турпродукта. Организация продажи тура. Виды каналов сбыта форм продаж турпродукта. Технология обслуживания клиентов. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Участие в выставках.

Тема 8. Управление конфликтами в туроперейтинге. Виды конфликтов в туризме. Функции конфликтов в туроперейтинге. Этапы конфликтов. Методы предупреждения конфликтов. Внутрифирменные конфликты в туроперейтинге.

Тема 9. Автоматизация туроперейтинга. Причины и направления автоматизации в современном туроперейтинге. Основные направления использования Интернета в туроперейтинге.

РАЗДЕЛ 2 ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СТРАТЕГИЯ И ФИНАНСЫ

Тема 10. Стратегии туроперейтинга на туристском рынке. Цели, задачи и миссия туристского предприятия. Общая цель туристского предприятия и цели его подразделений. Перспективный анализ потенциального туристского предприятия. Анализ слабых и сильных сторон туристского предприятия. Стратегические аспекты деятельности туристского предприятия. Финансы и производство. Персонал. Организационная культура и имидж турфирмы. Выбор вида стратегии. Процесс управления стратегией.

Тема 11. Финансово-экономические аспекты туроперейтинга. Финансовая схема работы туроператора. Ценообразование. Учетная политика туристской фирмы. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг.

Тема 12. Безопасность в путешествии. Общее понятие безопасности и направления ее организации. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов. Безопасность туристов во время перевозки. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора. Туристская полиция.

Тема 13. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга. Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга.

РАЗДЕЛ 3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

Тема 14. Документооборот в туроперейтинге. Уставные документы. Бухгалтерские документы. Внутрислужебные документы. Документация о работе с поставщиками. Документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и туристов.

Тема 15. Правовое регулирование отношений в сфере туризма. Правовые основы туристической деятельности в РФ. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Ответственность туроператоров перед третьими лицами и органами государственной и местной власти. Уголовная ответственность работников туроператора.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. - 192 с.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. - 256 с.
3. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. – М.: ИКЦ «МарТ», 2004. – 416 с.
4. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002. – 320 с.

Дополнительная

5. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.-С-Птб., 1999
6. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. – СПб.: Герда, 2001
7. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Толковый словарь туристских терминов. М., 1994
8. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2002
9. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2002

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Функции туроператорских фирм на рынке услуг.
2. Виды туроперейтинга и туроператоров.
3. Профиль работы туристического оператора.
4. Внешние факторы туроперейтинга.
5. Турист как фактор микросреды туроперейтинга.
6. Туристские ресурсы как фактор внешней среды туризма.
7. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга.
8. Внутренние факторы туроперейтинга.
9. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и неимущественных потребительских стоимостей (в форме услуги).
10. Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.
11. Концепция маркетинга в тур-планировании.
12. Этапы маркетинговых исследований туристского рынка.
13. Сегментирование туристического рынка.
14. Сегментирование рынка туристских услуг по географическому и экономическому принципам.
15. Сегментирование на принципах количественного предпочтения туристов.
16. Возрастное сегментирование.
17. Сегментирование по принципам туристских предпочтений.
18. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды.
19. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристическом рынке.
20. Позиционирование туров и туроператоров.
21. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
22. Идентификация поставщиков туристических услуг.
23. Правила составления договорного плана тура.
24. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
25. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
26. Системы классификации отелей.
27. Характеристика гостиничных рынков Европы.
28. Характеристика гостиничных рынков Азии.
29. Характеристика гостиничных рынков Северной Америки.

30. Организация аренды отеля.
31. Покупка блока мест на условиях комитмента.
32. Покупка блока мест на условиях элонтмента.
33. Работа на условиях безотзывного и приоритетного бронирования.
34. Работа на условиях стандартной и повышенной комиссии.
35. Схема взаимоотношений туроператора и авиакомпаний.
36. Права и обязанности пассажира.
37. Права и обязанности перевозчика.
38. Особенности перевозки пассажиров регулярными рейсами.
39. Особенности перевозки пассажиров чартерными авиарейсами. Договор чартерной перевозки.
40. Схема взаимоотношений туроператора и железных дорог.
41. Схема взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев.
42. Компоненты инфраструктуры современного круизного лайнера.
43. Права и обязанности перевозчика и туриста.
44. Особенности ценообразования на круизные маршруты.
45. Схема взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.
46. Обязанности и ответственность перевозчика.
47. Обязанности и ответственность туроператора.
48. Ответственность туристов.
49. Взаимоотношения туроператора и экскурсионной компании.
50. Взаимоотношения туроператора и страховой компании.
51. Визовая поддержка российских и иностранных туристов со стороны отечественных туроператоров.
52. Расчет нулевой рентабельности на уровне группового тура.
53. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы.
54. Методы ценообразования.
55. Формирование ассортимента туроператора.
56. Формирование сбытовой сети.
57. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.
58. Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта.
59. Тактические решения по рекламе.
60. Нерекламные методы продвижения.
61. Стимулирование продажи и пропаганда турпродукта.
62. Организация продажи тура.
63. Виды каналов сбыта форм продаж турпродукта.
64. Технология обслуживания клиентов.
65. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта.
66. Участие в выставках.
67. Виды конфликтов в туризме.
68. Функции конфликтов в туроперейтинге.
69. Этапы конфликтов.
70. Методы предупреждения конфликтов.
71. Внутрифирменные конфликты в туроперейтинге.
72. Причины и направления автоматизации в современном туроперейтинге.
73. Основные направления использования Интернета в туроперейтинге.
74. Цели, задачи и миссия туристского предприятия.
75. Общая цель туристского предприятия и цели его подразделений.
76. Перспективный анализ потенциального туристского предприятия.
77. Анализ слабых и сильных сторон туристского предприятия.
78. Стратегические аспекты деятельности туристского предприятия.
79. Финансы и производство.
80. Персонал.
81. Организационная культура и имидж турфирмы.
82. Выбор вида стратегии.
83. Процесс управления стратегией.

84. Финансовая схема работы туроператора.
85. Ценообразование.
86. Учетная политика туристской фирмы.
87. Налогообложение.
- 88.** Оплата счетов поставщиков услуг.
89. Общее понятие безопасности и направления ее организации.
90. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов.
91. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов.
92. Безопасность туристов во время перевозки.
93. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора.
94. Профессиональные стандарты для туризма.
95. Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга.
96. Уставные документы.
97. Бухгалтерские документы.
98. Внутрислужебные документы.
99. Документация о работе с поставщиками.
100. Документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и туристов.
101. Правовые основы туристической деятельности в РФ.
102. Лицензирование и стандартизация туроперейтинга.
103. Правовые основы расчетов в туроперейтинге.
104. Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге.
105. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.
106. Ответственность туроператоров перед третьими лицами и органами государственной и местной власти.
107. Уголовная ответственность работников туроператора.

ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Планирование туров
2. Туристская документация
3. Реклама туристского продукта
4. Разработка туристских маршрутов (по выбору студента)
5. Стимулирование потребителей туристского продукта
6. Программный туризм как основа современного туроперейтинга
7. Стратегия и менеджмент обслуживания туристов
8. Качество обслуживания в туроператорских и турагентских компаниях
9. Формирование сбытовой сети
10. Создание привлекательного туристского продукта
11. Особенности развития внутреннего туризма в различных регионах России (по выбору студента)
12. Проектирование тура
13. Стратегические аспекты туристского предприятия
14. Основные черты развития международного туризма в России
15. Организационная структура и имидж туристской фирмы
16. Требования, предъявляемые менеджеру туроперейтинга
17. Особенности развития международного туризма в различных странах мира (по выбору студента)
18. Страхование туристов
19. Организация обслуживания туристов