

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 09.06.2026 10:20:28
Уникальный идентификатор:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Л.И. Задорожная
« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	Б1.В.ДВ.07.01 Прикладной туроперейтинг
по направлению подготовки	43.03.02 Туризм
по профилю подготовки (специализации)	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2026

Майкоп



Составитель рабочей программы:

старший научный сотрудник,
доц., канд. социол. наук
(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП
08.05.2026
(подпись)

Панина Елена Александровна
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:
23.05.2026

Подписано простой ЭП
23.05.2026
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей
кафедрой
по направлению подготовки
(специальности)
23.05.2026

Подписано простой ЭП
23.05.2026
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ

(название подразделения)

21.05.2026

Подписано простой ЭП
21.05.2026
(подпись)

И. Б. Берберьян
(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Прикладной туроперейтинг» является формирование у слушателей комплекса основных понятий, составляющих основу туроператорской деятельности, и базовых практических навыков, необходимых для практики турбизнеса. Данный курс углубляет и расширяет профессиональные знания обучающихся по направлению подготовки 40.03.02 Туризм.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать представления о цикле работ по созданию, продвижению и реализации туров;
- ознакомиться с методами формирования и продвижения турпродукта;
- изучить технологические процессы взаимодействия туроператоров и турагентов на этапах формирования и продвижения организации туристского продукта;
- рассмотреть отечественные законодательные акты и правила, используемые туристическими фирмами при организации поездок российских и иностранных туристов.

Предметом изучения дисциплины «Прикладной туроперейтинг» является процесс управления деятельностью туроператоров в турбизнесе, отношения туроператоров с производителями туруслуг: средствами размещения, транспортными компаниями и др.; посредниками – турагентами и потребителями турпродукта – туристами.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Прикладной туropolерейтинг» относится к вариативной части Блока 1 ОП. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: «Страхование и риски в туризме», «Брендинг территорий», «Документационное обеспечение туристской деятельности», «Человек и его потребности», «Формирование и управление территориально-рекреационными системами», Модуль получения квалификации "Ассистент экскурсовода (гида)", Сервисная деятельность.

Дисциплина «Прикладной туropolерейтинг» является предшествующей для исследовательской, ознакомительной, проектно-технологической и преддипломной практики для выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки к сдаче государственного экзамена.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-2.1	Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя
ПКУВ-2.2	Участствует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг
ПКУВ-2.3	Участствует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг
ПКУВ-5.3	Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания
ПКУВ-6.1	Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
ПКУВ-6.2	Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 4	Сем. 8	1	18	36	0.25	53.75	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контроль	СР		
Курс 5	Сем. 9	1	1	10	10	0.25	3.75	84	108	



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	Теоретические основы туropolерейтинга	1-2	2		4				6		Обсуждение докладов
	Теория туристского продукта	3-4	2		4				6		Обсуждение докладов
	Проектирование и формирование турпродукта	5-6	2		4				6		Обсуждение докладов
	Договор о реализации туристского продукта	7-8	2		4				6		Блиц-опрос
	Договорные отношения в туropolерейтинге	9-10	2		4				6		Обсуждение докладов
	.Ценообразование в туropolерейтинге	11-12	2		4				6		Обсуждение докладов
	Методы продвижения туристского продукта	13-14	2		4				6		Блиц-опрос
	Выставочная деятельность в туropolерейтинге	15-16	2		4				6		Обсуждение докладов
	Работа туropolератора с турагентами	17	2		4				5,75		Обсуждение докладов
	Промежуточная аттестация. Зачет	18				0,25					
	ИТОГО:		18		36	0.25			53.75		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Теоретические основы туropolерейтинга	2		2				10	
	Теория туристского продукта	2		2				10	
	Проектирование и формирование турпродукта	2		2				10	
	Договор о реализации туристского продукта	2		2				10	
	Договорные отношения в туropolерейтинге							10	
	.Ценообразование в туropolерейтинге							10	
	Методы продвижения туристского продукта							10	
	Выставочная деятельность в туropolерейтинге							10	
	Работа туropolератора с турагентами					0,25	3,75	8	
	ИТОГО:	10		10		0.25	3.75	84	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Прикладной туроперейтинг», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	Тема 1. Теоретические основы туроперейтинга.	2	2		Организационно-правовые формы предпринимательства в сфере туризма. Туроператор как субъект туристской деятельности. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг. Классификация и виды туроператоров. Турагент как субъект туристской деятельности. Основные функции и классификация турагентов.	ПКУВ-5 .3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-2.1;	Знать: теоретические основы формирования турпродукта; технологию разработки туристского продукта; терминологию и основные положения, обеспечивающие нормативно-правовую базу разработки турпродукта в РФ; Уметь: использовать знания об основных этапах разработки турпродукта при составлении проекта; владеть: навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию туристского продукта;	Вводная лекция
	Тема 2. Теория туристского продукта.	2	2		Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта.	ПКУВ-6.2; ПКУВ-6.1; ПКУВ-2.2;	Знать: теоретические основы формирования турпродукта; технологию разработки туристского продукта; терминологию и основные положения, обеспечивающие нормативно-правовую базу разработки турпродукта в РФ; Уметь: прогнозировать и рассчитывать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на краткосрочную и долгосрочную перспективу; Владеть: навыками подбора	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							рациональных и современных подходов к проектированию турпродуктов отдельных видов туризма;	
	Тема 3.Проектирование и формирование турпродукта.	2	2		Стандартизация процессов проектирования туристского продукта. Маркетинговые аспекты проектирования туристского продукта. Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговая среда туроператора. Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров. Разработка программы туристского обслуживания. Технологии планирования туристского продукта. Идентификация форм взаимодействия туроператора с контрагентами. Формы взаимодействия туроператора с перевозчиками. Формы взаимодействия туроператора с гостиницами. Оформление туристской документации.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5 .3;	знать: методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия; уметь: оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей; разработать бизнес-план любого проекта; рассчитать эффективность любого проекта; владеть: навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию туристского продукта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта; навыками подбора рациональных и современных подходов к проектированию турпродуктов отдельных видов туризма;	, Лекция-беседа
	Тема 4. Договор о реализации туристского продукта.	2	2		Систематизация и классификация договоров в сфере туризма. Правовая природа договора о реализации	ПКУВ-6.2; ПКУВ-6.1; ПКУВ-2.3; ПКУВ-2.2;	знать: терминологию и основные положения, обеспечивающие нормативно-правовую базу разработки	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					туристского продукта. Расторжение договора о реализации туристского продукта. Расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств. Расторжение договора в связи с появлением обстоятельств, угрожающих жизни и здоровью туристов. Расторжение договора в связи с непредоставлением или предоставлением недостоверной информации о потребительских свойствах туристского продукта. Расторжение договора при наличии условий, ущемляющих права туриста как потребителя туристских услуг. Иные основания расторжения договора		турпродукта в РФ; уметь: оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей; владеть: оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта;	
	Тема 5. Договорные отношения в туроперейтинге.	2			Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператорами. Договорные отношения туроператора с турагентами. Договорные отношения туроператора с перевозчиками. Договоры оказания услуг размещения и питания. Договор оказания гостиничных услуг. Договор оказания услуг общественного питания. Договор оказания экскурсионных услуг. Договоры страхования в сфере туризма.	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-5 .3; ПКУВ-6.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-6.1;	знать: терминологию и основные положения, обеспечивающие нормативно-правовую базу разработки турпродукта в РФ; уметь: оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей; владеть: оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта;	, Лекция-беседа
	Тема 6. Ценообразование	2			Цена в комплексе	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2;	знать: методы расчета	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	в туроперейтинге.				маркетинга туроператора. Цели и методы ценообразования в туроперейтинге. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора. Издержки туроператора и себестоимость туристского продукта. Расчет окончательной цены туристского продукта.	ПКУВ-2.3; ПКУВ-5 .3;	потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия; методы эффективного анализа информации о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, собственных перспективах и возможностях; методы и приемы составления бизнес-плана предприятия; методы оценки инвестиционных проектов; уметь организовать проектную деятельность в туристской индустрии; формировать психологические характеристики личности, определять личностные особенности, связанные с коммуникативными процессами, уметь проектировать новые социальные технологии, способствующие эффективному развитию сервиса и туризма в регионе. владеть: навыками осуществления межкультурных коммуникаций в туристской индустрии; навыками рационального выбора и экономичного использования различных производственных ресурсов; приемами психодиагностики и психической	

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							саморегуляции, нормами психологии делового общения, средствами и технологиями общения, решения деловых вопросов.	
	Тема 7. Методы продвижения туристского продукта.	2			Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора. Прямые продажи и стимулирование сбыта туристского продукта. Средства туристской пропаганды в арсенале туроператора. Формирование сбытовой сети туроператора. Интернет-технологии в продвижении туристского продукта	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-5 .3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	знать: методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия; методы эффективного анализа информации о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, собственных перспективах и возможностях; методы и приемы составления бизнес-плана предприятия; методы оценки инвестиционных проектов; уметь организовать проектную деятельность в туристской индустрии; формировать психологические характеристики личности, определять личностные особенности, связанные с коммуникативными процессами, уметь проектировать новые социальные технологии, способствующие эффективному развитию сервиса и туризма в регионе. владеть: навыками осуществления межкультурных коммуникаций в туристской индустрии;	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							навыками рационального выбора и экономичного использования различных производственных ресурсов; приемами психодиагностики и психической саморегуляции, нормами психологии делового общения, средствами и технологиями общения, решения деловых вопросов.	
	Тема 8. Выставочная деятельность в туроперейтинге.	2			Выставки в комплексе маркетинга туроператора. Подготовка туроператора к участию в выставках. Процедуры участия туроператора в работе выставки. Стендист и особенности его работы на выставке. Процедуры и технологии после выставочного периода.	ПКУВ-2.3; ПКУВ-5 .3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	знать: теоретические основы формирования турпродукта; технологию разработки туристского продукта; терминологию и основные положения, обеспечивающие нормативно-правовую базу разработки турпродукта в РФ; социальные группы и услуги, социальные технологии, их типологию, региональную; уметь: формировать психологические характеристики личности, определять личностные особенности, связанные с коммуникативными процессами, уметь проектировать новые социальные технологии, способствующие эффективному развитию сервиса и туризма в регионе. владеть: навыками рационального выбора и экономичного использования различных производственных ресурсов; приемами психодиагностики и психической	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							саморегуляции, нормами психологии делового общения, средствами и технологиями общения, решения деловых вопросов.	
	Тема 9. Работа туроператора с турагентами.	2			Агентские сети и стимулирование их активности. Работа турагентов с каталогами туроператора	ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	знать: теоретические основы формирования турпродукта; социальные группы и услуги; уметь: использовать знания об основных этапах разработки турпродукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в туристской индустрии; формировать психологические характеристики личности, определять личностные особенности, связанные с коммуникативными процессами. владеть: навыками осуществления межкультурных коммуникаций в туристской индустрии; навыками рационального выбора и экономичного использования различных производственных ресурсов;	, Лекция-беседа
	ИТОГО:	18	10					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
	Тема 1. Теоретические основы туроперейтинга.	Туроператор как субъект туристской деятельности. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг. Классификация и виды туроператоров. Турагент как субъект туристской деятельности.	4	2	
	Тема 2. Теория туристского продукта.	Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта.	4	2	
	Тема 3. Проектирование и формирование турпродукта.	Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговая среда туроператора. Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров. Разработка программы туристского обслуживания. Оформление туристской документации.	4	2	
	Тема 4. Договор о реализации туристского продукта.	Расторжение договора в связи с непредоставлением или предоставлением недостоверной информации о потребительских свойствах туристского продукта. Расторжение договора при наличии условий, ущемляющих права туриста как потребителя туристских услуг. Иные основания расторжения договора	4	2	
	Тема 5. Договорные отношения в туроперейтинге.	Договоры оказания услуг размещения и питания. Договор оказания гостиничных услуг. Договор оказания услуг общественного питания. Договор оказания экскурсионных услуг. Договоры страхования в сфере туризма.	4		
	Тема 6. Ценообразование в туроперейтинге.	Цена в комплексе маркетинга туроператора. Цели и методы ценообразования в туроперейтинге. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора. Издержки туроператора.	4		
	Тема 7. Методы продвижения туристского продукта.	Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора. Прямые продажи и стимулирование сбыта туристского продукта. Средства туристской пропаганды в арсенале туроператора. Формирование сбытовой сети туроператора. Интернет-технологии в продвижении туристского продукта	4		
	Тема 8. Выставочная деятельность в туроперейтинге.	Выставки в комплексе маркетинга туроператора. Подготовка туроператора к участию в выставках. Процедуры участия туроператора в работе выставки. Стендист и особенности его работы на выставке. Процедуры и технологии после выставочного периода.	4		
	Тема 9. Работа туроператора с турагентами.	Агентские сети и стимулирование их активности. Работа турагентов с каталогами туроператора	4		
	ИТОГО:		36	10	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

курсовые работы (проекты) (не предусмотрены учебным планом)

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
	Теоретические основы туроперейтинга	Классификация и виды туроператоров. Турагент как субъект туристской деятельности. Подготовка докладов	1-2	6	10	
	Теория туристского продукта	Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Составление плана-конспекта	3-4	6	10	
	Проектирование и формирование турпродукта	Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров. Написание реферата	5-6	6	10	
	Договор о реализации туристского продукта	Расторжение договора при наличии условий, ущемляющих права туриста как потребителя туристских услуг. Иные основания расторжения договора	7-8	6	10	
	Договорные отношения в туроперейтинге	Договор оказания услуг общественного питания. Договор оказания экскурсионных услуг. Договоры страхования в сфере туризма. Написание реферата	9-10	6	10	
	Ценообразование в туроперейтинге	Цели и методы ценообразования в туроперейтинге. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора. Составление плана-конспекта	11-12	6	10	
	Методы продвижения туристского продукта	Прямые продажи и стимулирование сбыта туристского продукта. Средства туристской пропаганды в арсенале туроператора. Формирование сбытовой сети туроператора. Составление плана-конспекта.	13-14	6	10	
	Выставочная деятельность в туроперейтинге	Процедуры участия туроператора в работе выставки. Стендист и особенности его работы на выставке. Написание реферата	15-16	6	10	
	Работа туроператора с турагентами	Агентские сети и стимулирование их активности. Работа турагентов с каталогами туроператора Подготовка презентации	17	6	8	
	ИТОГО:			54	84	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
--------	------------------------	----------------------	------------------------------	---------------	------------------------

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Хамирзова, С.К. (Майкопский государственный технологический университет). Маркетинг : учебное пособие / С.К. Хамирзова. - Майкоп : Магарин О.Г., 2011. - 264 с. : ил. - Гриф: Допущено Министерством образования и науки РА. - Библиогр.: с. 262-264 (56 назв.). - ISBN 978-5-91692-048-2	http://lib.mkgstu.ru:8002/libdata.php?id=1000053038&DOK=02EFA2&BASE=000001

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Баранова, А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства : монография / А.Ю. Баранова. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 141 с. - (Научная мысль). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=343274 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-004986-1. - ISBN 978-5-16-101165-2	http://znanium.com/catalog/document?id=343274
Туризм : словарь / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.А. Морозова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 300 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). — DOI 10.12737/987201. - ISBN 978-5-16-014476-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2142446	https://znanium.ru/catalog/document?id=443717
Комментарий к Федеральному закону от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» / Агешкина Н.А. [и др.]; под ред. Л.П. Жуковской. - Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. - 584 с. - ЭБС IPR Books. - URL: https://www.iprbookshop.ru/87534.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-4497-0247-0	https://www.iprbookshop.ru/87534.html
Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137771.html	https://www.iprbookshop.ru/137771.html
Черевичко, Т.В. Экономика туризма : учебное пособие / Т.В. Черевичко. - Москва : Дашков и К, 2018. - 264 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75188.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-01491-8	https://www.iprbookshop.ru/75188.html
Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 375 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-021293-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2218733	https://znanium.ru/catalog/document?id=468079
Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561575	https://urait.ru/bcode/561575

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:



Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-2.1 Выработывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя			
4	8		Брендинг территорий
6	9		Страхование и риски в туризме
6	9		Бухгалтерский учет в туристской индустрии
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-2.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг			
4	8		Брендинг территорий
6	9		Страхование и риски в туризме
6	9		Бухгалтерский учет в туристской индустрии
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-2.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг			
4	8		Брендинг территорий
6	9		Страхование и риски в туризме
6	9		Бухгалтерский учет в туристской индустрии
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-5 .3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания			
1	1		Документационное



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			обеспечение туристской деятельности
12	12		Сервисная деятельность
4	5		Туристско-рекреационное ресурсоведение
5	5		Формирование и управление территориально-рекреационными системами
4	3		Человек и его потребности
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
2	2		Ознакомительная практика
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
4	5		Квалификационный экзамен по модулю "Ассистент экскурсовода (гида)"
ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта			
7	9		Экспозиционная и выставочная работа
6	6		Технологии продаж
67	67		Проектный практикум
67	67		Практикум по организации работы туристских предприятий
7	7		Связи с общественностью в сфере туризма
7	7		Реклама в туризме
3	3		География Адыгеи
3	3		География международного туризма
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
6	7		Маркетинговые исследования в туризме
6	7		Прикладной маркетинг
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний			
7	9		Экспозиционная и выставочная работа
6	6		Технологии продаж
3	3		География Адыгеи
3	3		География международного туризма
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			в туризме
7	7		Связи с общественностью в сфере туризма
7	7		Реклама в туризме
6	7		Маркетинговые исследования в туризме
6	7		Прикладной маркетинг
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий					
ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта					
Знать: методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейс-задания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: применять современные информационные и коммуникативные технологии в реализации туристского продукта и предоставлении услуг	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий					
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний					
Знать: методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейс-задания,



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
продвижения туристских продуктов.					задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками оценки эффективности проводимых мероприятий по продвижению и отбору наиболее эффективных каналов, корректировки рекламных кампаний.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5 : Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий					
ПКУВ-5 .3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания					
Знать: принципы и методы организации процессов обслуживания потребителей на основе нормативн о-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением кли енториентирован ных технологий	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейсзадания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: организовывать процесс обслуживания потребителей на основе нормативн о-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением кли енториентирован ных технологий	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками организации процессов обслуживания потребителей на основе нормативн о-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением кли	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
енториентирован ных технологий					
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения					
ПКУВ-2.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя					
Знать: принципы принятия и обоснования решений, направленных на достижение наибольшей эффективности работы современных предприятий сферы туризма; основные источники статистических данных экономического характера туристической сферы и принципы работы с ними	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейсзадания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: обосновывать управленческие, хозяйственные решения с учетом различных аспектов туризма и рационального использования всех видов информационных технологий в сфере туризма	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: экономическими методами обработки и анализа информации показателей деятельности туристского предприятия.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения					
ПКУВ-2.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг					
Знать: способы расчета и анализа затрат при формировании стоимости туристских услуг.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейсзадания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: проводить расчеты стоимости турпродукта; рассчитывать стоимость экскурсионных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
маршрутов					
Владеть: способностью формулировать аргументированные выводы на основе изучения теоретических и статистических данных в сфере экономики и ценообразования в туризме.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения					
ПКУВ-2.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг					
Знать: методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контролирующие материалы по дисциплине, в числе которых могут быть: кейс-задания, задания для контрольной работы, тестовые задания, темы докладов
Уметь: грамотно выполнять экономические расчеты эффективности деятельности предприятий; прогнозировать и рассчитывать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на краткосрочную и долгосрочную перспективу; оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки текущих и перспективных планов по реализации туристских продуктов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы



Темы докладов:

1. Разработка рекламной кампании предприятия индустрии туризма (на примере любой туристской организации).
2. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта (на примере конкретного турпродукта).
3. Разработка плана мероприятий нерекламного характера по продвижению туристского продукта (на примере конкретного турпродукта или турфирмы).
4. Разработка рекламного обращения (на примере конкретного туристского продукта или турфирмы).
5. Разработка рекламного проекта (видеопроjekt, компьютерная презентация, рекламный каталог и пр.).
6. Туроперейтинг как учебная дисциплина и сфера научного знания.
7. Сущность туроперейтинга как вида производственной деятельности туристских предприятий
8. Основные понятия в туроператорской деятельности.
9. Функции туроператоров. Отличия туроператоров и турагентов.
10. Классификация туроператоров.

Продвижение тура. Реализация тура. Контроль и оценка туроперейтинга. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Общая характеристика договора. Подготовка туристского предприятия к осуществлению мероприятий по организации туров. Подготовка персонала к массовым продажам. Договор с клиентом на приобретение тура. Методика предоставления дополнительных услуг, анимация обслуживания.

Тестовые задания

1. *Туроператорская деятельность это:*

- а) деятельность по формированию туристского продукта
- б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта
- в) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта



д) деятельность по реализации туристского продукта

2. Туроператорская деятельность может осуществляться:

а) юридическим лицом;

б) физическим лицом;

в) должностным лицом;

г) индивидуальным предпринимателем.

3. Какие цели путешествий не относятся к определению понятия «туризм»?:

а) профессионально-деловые;

б) лечебно-оздоровительные;

в) сезонные заработки;

г) посещение родственников.

4. Туристом является человек:

а) ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину;

б) уехавший в другой город в командировку на один месяц;

в) обучающийся в университете в Великобритании в течение трех лет;

г) участвующий в однодневном автобусном туре с посещением Свято-Троицкой Сергиевой Лавры.

5. Формирование туристского продукта это:

а) разработка туристского маршрута туроператором;

б) определение перечня услуг, входящих в туристский продукт;

в) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками услуг, входящих в туристский продукт;



6. Для осуществления туроператорской деятельности необходимо:

- а) финансовое обеспечение;
- б) лицензия;
- в) сертификация

7. Ведение Единого федерального реестра туроператоров осуществляет:

- а) Ассоциация Туроператоров России;
- б) Федеральное агентство по туризму;
- в) Российский союз туриндустрии;

8. Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма не может быть менее:

- а) 30 миллионов рублей;
- б) 100 тысяч рублей;
- в) 500 тысяч рублей;
- г) 10 миллионов рублей.

9. Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере въездного туризма не может быть менее:

- а) 500 тысяч рублей;
- б) 100 тысяч рублей;
- в) 30 миллионов рублей;
- г) 10 миллионов рублей

10. *Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма не может быть менее:*



- а) 10 миллионов рублей;
- б) 100 тысяч рублей;
- в) 500 тысяч рублей;
- г) 50 миллионов рублей;

11. Срок действия финансового обеспечения туроператора не может быть менее:

- а) одного месяца;
- б) шести месяцев;
- в) трех лет;

12. Каков типичный размер комиссионного вознаграждения, которое турагент получает от туроператора за реализованный туристский продукт?:

- а) 3%;
- б) 5%;
- в) 10%;
- г) 18%.

13. Кто несет ответственность перед туристом за некачественное предоставление услуги размещения:

- а) турфирма;
- б) гостиница;
- в) гид принимающей стороны.

14. В течение какого срока со дня окончания договора с турфирмой турист имеет право потребовать удовлетворения претензий?:

- а) 5 дней;



б) 10 дней.

в) 20 дней;

г) 30 дней.

15. В течение какого срока со дня получения претензий от туриста турфирма обязана рассмотреть их и сообщить туристу о принятом решении?:

а) 5 дней;

б) 10 дней.

в) 20 дней;

г) 30 дней.

16. При сотрудничестве турагентств и туроператоров используются договор:

а) агентский договор;

б) договор купли-продажи;

в) договор о реализации туристского продукта;

г) договор поручения.

17. Наиболее распространенной схемой оплаты труда менеджера туроператорской компании:

а) оклад;

б) оклад + процент от продаж;

в) оклад + премия при выполнении плана продаж.

Ключи к тестам

	в
	а



	в
	г
	в
	а
	б
	в
	а
	г
	а
	в
	а
	в
	б
	а
	б

Вопросы к зачету

Формы сотрудничества туроператоров и турагентов (краткая характеристика 3-х форм, в чем заключается выгода от сотрудничества для туроператора и турагента) Характеристика понятий «тур» и «туристский продукт» (раскрыть кратко понятия «формирование», «продвижение» и «реализация» турпродукта). Туристские услуги – содержание понятия и особенности. Туристское обслуживание. Классы обслуживания. Потребительские свойства туристского продукта. Общие требования к туристской услуге. Эволюция российского законодательства в сфере туризма. Понятие «безопасность в туризме». Обеспечение безопасности туристов. Финансовое обеспечение туроператорской и турагентской деятельности. Тур как основной продукт деятельности туроператора. Этапы разработки тура (краткая характеристика). Формирование тура. Требования к составлению договоров. Договорные отношения между туроператором и поставщиками услуг (краткая характеристика). Договорные отношения между туроператором и предприятиями автотранспорта. Договорные отношения между туроператором и авиаперевозчиком. Договорные отношения между туроператором и предприятием железнодорожного транспорта. Договорные отношения между туроператором и предприятиями размещения и питания. Договорные отношения между туроператором и турагентом. Договорные отношения между инициативным и рецептивным туроператором. Договорные отношения между туроператором и потребителями услуг. Особенности ценообразования в туризме. Расчет себестоимости туристского продукта. Виды и типы туроперейтинга, их функции Схемы работы туроператоров, их плюсы и минусы. Идентификация поставщиков туристических



услуг. Международная среда туроперейтинга. Внешние факторы туроперейтинга. Турист как один из факторов микросреды туроперейтинга. Права и обязанности туристов. Туристские ресурсы. Классификация туристических ресурсов. Рекреационные и антропогенно-рекреационные туристические ресурсы. Антропогенные туристические ресурсы. Объекты туристического интереса. Характерные черты объектов туристского интереса. Внутренние факторы туроперейтинга. Сегментирование рынка. Определение фокус-группы. Виды туроперейтинга и туроператоров. Инкаминг, специфика работы. Аутгоуинг, специфика работы. Инсайдинг, специфика работы Программа обслуживания.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос,



требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена



проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «**зачтено**» ставится обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;
- о знании рекомендованной литературы,
- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участие на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «**незачтено**» ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании



основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 375 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-021293-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2218733	https://znanium.ru/catalog/document?id=468079
Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137771.html	https://www.iprbookshop.ru/137771.html
Черевичко, Т.В. Экономика туризма : учебное пособие / Т.В. Черевичко. - Москва : Дашков и К, 2018. - 264 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75188.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-01491-8	http://www.iprbookshop.ru/75188.html
Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатъева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561575	https://urait.ru/bcode/561575

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Дурович, А.П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=354620 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-009967-5. - ISBN 978-5-16-101583-4	https://znanium.ru/catalog/document?id=400300
Баранова, А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства : монография / А.Ю. Баранова. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 141 с. - (Научная мысль). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=343274 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-004986-1. - ISBN 978-5-16-101165-2	http://znanium.com/catalog/document?id=343274
Туризм : словарь / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.А. Морозова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 300 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). — DOI 10.12737/987201. - ISBN 978-5-16-014476-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2142446	https://znanium.ru/catalog/document?id=443717
Комментарий к Федеральному закону от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» / Агешкина Н.А. [и др.] ; под ред. Л.П. Жуковской. - Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. - 584 с. - ЭБС IPR Books. - URL: https://www.iprbookshop.ru/87534.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-4497-0247-0	https://www.iprbookshop.ru/87534.html
Черевичко, Т.В. Экономика туризма : учебное пособие / Т.В. Черевичко. - Москва : Дашков и К, 2018. - 264 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75188.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-01491-8	http://www.iprbookshop.ru/75188.html



8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. – Москва, - URL: <https://www.book.ru/cat/578/1>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

<http://znaniy.com/catalog/> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. – Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/>

CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений.

</index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya> Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. - URL: <https://tourism.gov.ru/>. – Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - - URL: <http://www.hotelexecutive.ru/> - Текст: электронный. Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей. Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. <https://tourism.gov.ru/> ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. – [б.м.], 2009. - - URL: <http://prohotelia.com/novosti/>. – Текст: электронный. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала – новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий



<http://prohotelia.com/about/> Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. – [Москва], 2017. - . - URL: <https://russia.travel/info/about/>. - Текст: электронный. Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. <http://russia.travel/info/about/> HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. – [Москва], 2011. - . - URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/>. - Текст: электронный. Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5-6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. <http://www.hotline.travel/about/> Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). – Пинск, 2014 - . - URL: <http://ojs.polessu.by/TG/index>. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. <http://ojs.polessu.by/TG/about> Сервис plus : научный журнал : сайт / Российский государственный университет туризма и сервиса. – Черкизово (Московская область), 2007. - URL: <http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv>. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. Научное издание по актуальным проблемам теории и методологии сервиса. Публикуются работы в сфере гуманитарных наук, затрагивающих проблемы туризма и сервиса. Журнал рассчитан на широкий круг читателей, интересующихся опытом межатраслевых исследований. Входит в Перечень ВАК. TURIZM.RU - официальный портал об отдыхе, путешествиях и туризме : сайт – Москва, 2005. - URL: <https://www.turizm.ru/>. - Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. - URL: <http://www.consultant.ru/about/>. - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
Тема 1. Теоретические основы туроперейтинга. Организационно-правовые формы предпринимательства в сфере туризма. Туроператор как субъект туристской деятельности. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг. Классификация и виды туроператоров. Турагент как субъект туристской деятельности. Основные функции и классификация турагентов. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристской организации. Организационно-правовая форма туристской организации. Предпочтительная организационно-правовая форма при создании малого или среднего бизнеса (к которому и относится туроперейтинг). Хозяйственное товарищество. Общество с ограниченной ответственностью. Акционерное общество. Публичное акционерное общество. Производственный кооператив. Последние изменения в области регулирования туристской деятельности. Туроператорская деятельность. Основные условия осуществления туроператорской деятельности.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 2 Теория туристского продукта Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта. Источники туристского продукта. туристские ресурсы дестинации. Уровни туристского продукта. Составляющие туристского продукта: туристские услуги; работы, сопровождающие процесс потребления туристских Тур и туристский продукт. Услуги; товары, потребляемые в туре, и товары, потребляемые вне тура. Потребителями туристского продукта. Юридическая природа туристского продукта. Экономическая сущность туристского продукта. Осуществление транспортировки потребителя к производственному объекту до производства услуги.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6

Тема 3 Проектирование и формирование турпродукта. Стандартизация процессов проектирования туристского продукта. Маркетинговые аспекты проектирования туристского продукта. Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговая среда туроператора. Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров. Разработка программы туристского обслуживания. Технологии планирования туристского продукта. Идентификация форм взаимодействия туроператора с контрагентами. Формы взаимодействия туроператора с перевозчиками. Формы взаимодействия туроператора с гостиницами. Оформление туристской документации.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 4. Договор о реализации туристского продукта. Систематизация и классификация договоров в сфере туризма. Правовая природа договора о реализации туристского продукта. Расторжение договора о реализации туристского продукта. Расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств. Расторжение договора в связи с появлением обстоятельств, угрожающих жизни и здоровью туристов. Расторжение договора в связи с непредоставлением или предоставлением недостоверной информации о потребительских свойствах туристского продукта. Расторжение договора при наличии условий, ущемляющих права туриста как потребителя туристских услуг. Иные основания расторжения договора	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 5. Договорные отношения в туроперейтинге. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператорами. Договорные отношения туроператора с турагентами. Договорные отношения туроператора с перевозчиками. Договор как средство регулирующее взаимоотношения субъектов рынка и как составная часть процесса подготовки, заключения и исполнения любой предпринимательской сделки. Договоры оказания услуг размещения и питания. Договор оказания гостиничных услуг. Договор оказания услуг общественного питания. Договор оказания экскурсионных услуг. Договоры страхования в сфере туризма.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 6. Ценообразование в туроперейтинге. Цена в комплексе маркетинга туроператора. Цели и методы ценообразования в туроперейтинге. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора. Издержки туроператора и себестоимость туристского продукта. Расчет окончательной цены туристского продукта. Цена как один из элементов рынка, денежное выражение стоимости товаров и услуг. Разработка ценовой стратегии в деятельности туроператоров Факторы разработки ценовой стратегии. Факторы формирования цены продажи на туристские услуги. Ценовая политика.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6

Шесть основных этапов ценовой политики. Процесс выработки ценовой стратегии. Соотношение спроса и предложения; уровень и динамику конкурирующих цен; государственное регулирование экономики в целом и туристской сферы в частности; потребители турпродукта. Большое значение имеют политическая ситуация, международное окружение фирмы, уровень социально-экономического развития, тип рынка, издержки производства.				
Тема 7. Методы продвижения туристского продукта. Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора. Прямые продажи и стимулирование сбыта туристского продукта. Средства туристской пропаганды в арсенале туроператора. Формирование сбытовой сети туроператора. Интернет-технологии в продвижении туристского продукта. Система маркетинговых коммуникаций. Не рекламные методы продвижения туристского продукта. Реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристических информационных центров по продаже туристического продукта, издание каталогов, буклетов. Мотивация турагентов. Экспансия рынка распределение спроса усиление эффективности продаж Процесс планирования, связанный с продвижением туристического продукта, определение целей, которые необходимо достичь в рамках маркетингового плана по продвижению продукта; определение существующих рынков, групп потребителей, торговых посредников и других групп, на которых ориентирована деятельность по продвижению; определение действий, которые необходимо предпринять в области рекламы, поддержки продаж и связи с общественностью определение бюджета, необходимого для осуществления действий на рынке.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 8. Выставочная деятельность в туроперейтинге. Выставки в комплексе маркетинга туроператора. Подготовка туроператора к участию в выставках. Процедуры участия туроператора в работе выставки. Стендист и особенности его работы на выставке. Процедуры и технологии после выставочного периода. Участие на туристских биржах, выставках, ярмарках, предназначенных для поиска партнеров по сбыту. Участие в специализированных выставках вид продвижения туристского продукта. Классификация выставочных мероприятий: по целям проведения частоте проведения характеру предложения экспонатов составу участников Универсальные и многоотраслевые выставки. Этапы выставочной деятельности. Работа на стенде. Работа после выставки.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	устная речь	ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6
Тема 9. Работа туроператора с турагентами Агентские сети и стимулирование их активности. Работа турагентов с каталогами туроператора. Работа с туристическими агентствами как одно из основных направлений текущей и стратегической деятельности любого туроператора. Роль турагентов в процветании и успешности бизнеса	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и		ПКУВ-2 ПКУВ-5 ПКУВ-6

оператора. Стимулирования и повышения эффективности агентской активности. Необходимость доведения туров до клиента. Доведение достоверной информации о туре. Продажа тура Комплектующая функция агентства Турообразующая функция агента.	навыков	систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
--	---------	---	--	--

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1 . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1 . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. – URL: https://tourism.gov.ru/ . - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - . - URL: http://www.hotelexecutive.ru/ - Текст: электронный. Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей. Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. https://tourism.gov.ru/
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает



Название
более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»)	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (1-318)	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19):	учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095

