

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.13 «Туроперейтинг»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ОФО: 4 зачетные единицы (144 часа, из них: 60,3 контактные часы, 48 часов самостоятельной работы, 35,7 часов контроль).

Цель освоения дисциплины «Туроперейтинг» – рассмотреть вопросы проектирования туристско-экскурсионного продукта, организации работы туроператора с турагентом, туроператора с предприятиями, оказывающими туристские услуги, а также организации работы туристской фирмы с клиентом.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть вопросы организации деятельности туристской фирмы;
- изучить основы проектирования туристско-экскурсионного продукта;
- освоить принципиальную модель организации работы туроператора с турагентом;
- научиться планировать взаимодействие организаторов туризма с предприятиями, исполняющими туристские услуги;
- освоить принципиальную модель организации работы туристской фирмы с клиентом.

Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина «Туроперейтинг» относится к части формируемой участниками образовательных отношений в Блоке 1. Дисциплины (модули) учебного плана.

Необходимость включения дисциплины «Туроперейтинг» в учебный план вызвана тем, что деятельность туристского предприятия заключается в проектировании, продвижении и реализации туристско-экскурсионного продукта.

Изучение дисциплины «Туроперейтинг» базируется на довузовской подготовке в области экономической географии, обществознания и изучении дисциплин «Туристские формальности» и «Туристско-рекреационное проектирование».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей компетенции:

ПКУВ-3 Способен проектировать объекты туристской деятельности.

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Туроперейтинг»

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПКУВ-3	Способен проектировать объекты туристской деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – правовые основы туристской деятельности; – классификацию организаторов и исполнителей туристских услуг; – цели, задачи и функции деятельности турфирмы; – виды деятельности турфирм; – основные аспекты проектирования туристско-экскурсионного продукта; – особенности создания и продвижения туристско-экскурсионного продукта; – методику работы с потребителем туристско-экскурсионного продукта 	<ul style="list-style-type: none"> – составлять проект туристского маршрута; – создавать проект экскурсионного маршрута; – планировать взаимодействие организаторов туризма с предприятиями, исполняющими туристские услуги; – выполнять калькуляцию туристско-экскурсионного продукта; – составлять программу продвижения туристско-экскурсионного продукта 	<ul style="list-style-type: none"> – основами законодательных документов, регламентирующих туристскую деятельность; – методами проектирования и создания туристско-экскурсионного продукта; – методами продвижения турпродукта и работы с потребителем туристско-экскурсионной услуги.

Таблица 2 – Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре ОФО

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1	Международное регулирование туристской деятельности. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия	14	2	4	8
2	Организация работы туроператора с турагентом	14	2	4	8
3	Технологии проектирования и разработки туристского продукта. Калькуляция туристско-экскурсионного продукта.	20	6	6	8
4	Взаимодействие организаторов туризма с предприятиями, исполняющими туристские услуги	16	2	6	8
5	Стратегия продвижения туристского продукта на рынок	16	2	6	8
6	Организация работы турфирмы с клиентом. Дополнительные услуги турфирмы	16	2	6	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		16	32	48

Примерная тематика курсовых работ (проектов):

1. Роль туроперейтинга в туризме.
2. Маркетинговая деятельность туроператора (на конкретном примере).
3. Роль туроперейтинга на современном туристском рынке России.
4. Формирование среды безбарьерного туризма (на примере конкретного города РФ, региона РФ).
5. Анализ современного состояния, тенденций и перспектив развития туроперейтинга в регионах России.
6. Формирование привлекательного туристского продукта.
7. Формирование туристского продукта с учетом индивидуального или группового обслуживания.
8. Формирование туристского продукта с использованием традиционных средств транспорта.
9. Разработка инновационного туристского маршрута туроператором (по любому направлению, любому виду туризма, на любом виде транспорта, для любой категории туристов).
10. Формирование туристского продукта с использованием специфических средств транспорта (например, с использованием воздушного шара или дирижабля).
11. Формирование оптимального туристского продукта (по видам туризма).
12. Договорная кампания туристского оператора с поставщиками транспортных услуг.
13. Договорная кампания туристского оператора с предприятиями индустрии гостеприимства (на примере гостиничного предприятия и предприятия питания).
14. Взаимодействие туроператора и турагента (на конкретных примерах).
15. Договорная кампания туроператора с поставщиками услуг (на конкретных примерах).
16. Особенности формирования туристского продукта в рамках приключенческого туризма.
17. Формирование агентской сети туроператора.
18. Туристские формальности и их роль в организации международного путешествия.

19. Особенности оформления виз туроператором с учетом различных категорий туристов и направлений (на примерах).
20. Разработка анимационной программы туристского обслуживания (на конкретном примере).
21. Разработка анимационной программы для программ обслуживания туристов различной тематики.
22. Разработка выставочной кампании туристского оператора.
23. Продвижение туристским оператором туристского продукта на рынок.
24. Разработка рекламной кампании туроператором.
25. Роль выставочных мероприятий в продвижении турпродукта на рынок.
26. Выставочная деятельность туроператора (на конкретном примере).
27. Разработка программы продвижения туристского продукта (на примере нерекламных методов).
28. Анализ рекламной деятельности туристского оператора (на конкретном примере).
29. Разработка программы продвижения туристского продукта на российский рынок.
30. Разработка программы продвижения национального туристского продукта на международный рынок.
31. Разработка рекламно-информационного тура.
32. Нерекламные методы, используемые туроператором для продвижения турпродукта.
33. Стимулирование туроператором сбыта туристского продукта.
34. Организация сбыта туристского продукта (на примере конкретного туристского оператора).
35. Анализ использования компьютерных программ бронирования в работе туроператора.
36. Анализ качества туристского обслуживания.
37. Обеспечение безопасности туристов на туристских маршрутах (на примере спортивных, приключенческих, экологических туров).
38. Туристская документация в работе туроператорской компании.
39. Перспективы развития инициативного и рецептивного туроперейтинга в России.
40. Качественное обслуживание туристов.
41. Особенности обслуживания на предприятиях индустрии туризма различных категорий туристов.
42. Роль страхования в обеспечении безопасности туристов на внутренних и международных маршрутах.
43. Разработка стратегии обслуживания туристов (на примере города РФ, области РФ).
44. Значение работы представителей туроператоров в системе обслуживания туристов.
45. Разработка методов стимулирования сбыта национального туристского продукта.
46. Формирование товарной политики туроператора (на примере конкретного туристского оператора).

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Золотовский В.А., Золотовская Н.Я. Правовое регулирование в сфере туризма: учебн. пособие – М.: Юрайт, 2017. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>.

2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М., 2014. [Электронный ресурс]: учебник. – Электрон. дан. – <https://e.lanbook.com/book/69147>.

3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта. М., 2014. [Электронный ресурс]: учебник. – Электрон. дан. – <https://e.lanbook.com/book/69148>.

4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания. М., 2014. [Электронный ресурс]: учебник. – Электрон. дан. – <https://e.lanbook.com/book/69149>.

Автор РПД канд. геогр. наук, доцент



А.Г. Максименко