

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.07 «ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы.

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 образовательной программы.

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. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

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

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Туроперейтинг»

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен проектировать объекты туристской деятельности.	
ИПК-3.1 Изучает и анализирует потребности заказчика, определяет цели и выбирает тему экскурсии, составляет экскурсионные программы	Знает: - географию и территории; - природные условия и ресурсы территории; - распределение социально-экономических условий и ресурсов; - культурно-исторические особенности территории; - обеспеченность региона предприятиями индустрии гостеприимства; - современное состояние рынка и перспективы развития Умеет: - анализировать туристские ресурсы и условия развития индустрии гостеприимства в крае; - комплексно характеризовать территории субъектов, туристического региона с определением их места в туристической индустрии на микро-, мезо-, макроуровнях;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	- ориентироваться в географии компонентов комплекса туристских и рекреационных ресурсов (природных ресурсов, культурно-исторических, социально-экономических). Владеет: - методами комплексного описания территории; - информационным потоком в ключевые реализации проектов; - методами оценки специализации территории на видах туристской деятельности; - методами оценки состояния туристских ресурсов; - навыками подбора продукта в соответствии с туристско-рекреационным потенциалом территории, имеющимися предложениями и спросом.
ИПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов и разрабатывает предложения по изменению составляющих туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста или осуществляет поиск туристских продуктов, наиболее отвечающих требованиям туристов по срокам, цене и уровню качества обслуживания	Знает: - основы организации туристических туров; - технику подготовки туров; - объекты экскурсионного показа и критерии отбора объектов экскурсионного показа; - инструкции и правила техники безопасности. Умеет: - использовать методические разработки форм и видов проведения тура; - формировать детальный план проведения тура, ход его выполнения; - быстро принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; - планировать взаимодействие организаторов туризма с предприятиями, исполняющими туристские услуги; Владеет: - способами реализации этапов туров; - навыками решения оперативных вопросов, возникающих в ходе подготовки и проведения тура. - основами законодательных документов, регламентирующих туристскую деятельность;
ИПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут, график туристского похода и планы мероприятий, которые предполагается провести на туристском маршруте, намечает контрольные пункты и сроки выполнения этапов маршрута, изучает сложные участки туристского маршрута, определяет способы их преодоления, регистрирует туристский маршрут	Знает: - основные аспекты проектирования туристско-экскурсионного продукта; - особенности создания и продвижения туристско-экскурсионного продукта; - методику работы с потребителем туристско-экскурсионного продукта Умеет: - производить анализ и отбор конкретных организаций, необходимых для обеспечения проведения тура; - заключать договоры на обслуживание туристов силами сторонних организаций; - проверять наличие необходимых документов; - вести отчеты по установленной форме; Владеет: - методами организации туристической деятельности, координации взаимодействия; - методами продвижения турпродукта и работы с потребителем туристско-экскурсионной услуги; - методами проектирования и создания туристско-экскурсионного продукта;

Курсовые работы:

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).

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная 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	6	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	4	6	8
ИТОГО по разделам дисциплины			16	32	55
Контроль самостоятельной работы (КСР)		5			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3			
Курсовая работа		14			
Экзамен		35,7			
Общая трудоемкость по дисциплине		144			

Форма проведения аттестации по дисциплине: Экзамен.

Автор РПД ст. преподаватель _____ А.А. Жуликов