

Учреждение образования  
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе  
Учреждения образования

«Брестский государственный  
университет имени А.С. Пушкина»

\_\_\_\_\_ Е.Д. Осипов

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_/уч.

## **ТУРОПЕРЕЙТИНГ**

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности:**

1-89 01 01      Туризм и гостеприимство

2016 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования первой ступени специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013., № 88.

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

**Д.В. Никитюк**, заведующий кафедрой туризма и страноведения Учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», кандидат географических наук  
**А.П. Кисляков**, директор ООО «Сезон отдыха»

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой туризма и страноведения Учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»  
(протокол № 10 от 26.05.2016 г.);

Учебно-методической комиссией географического факультета Учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»  
(протокол № 5 от 30.05.2016 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»  
(протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Туроперейтинг» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования в рамках цикла общепрофессиональных и специальных дисциплин. Ее особенностями являются: акцентирование на компетентностном подходе в обучении; значительное усиление роли самостоятельной работы студента; использование современных инновационных педагогических технологий.

Для изучения дисциплины «Туроперейтинг» необходимы знания по следующим дисциплинам типового учебного плана: «Введение в туризм», «Организация деятельности туристических предприятий», «Экономическая теория», «Основы психологии и педагогики», «Экскурсоведение», «Основы менеджмента», «Маркетинг в туризме», «Менеджмент в туризме и гостеприимстве», «Менеджмент качества в индустрии гостеприимства», «Правовое регулирование туристической деятельности».

Содержание дисциплины охватывает основы туроперейтинга, характеризует виды и субъекты туроперейтинга, раскрывает этапы туроперейтинга, объясняет роль и место туроператора на рынке туристических услуг. В результате изучения дисциплины «Туроперейтинг» у студентов сформируется общее представление о рынке туроператоров и их функциях, этапах проектирования туров, методах ценообразования на туристические услуги, стадиях жизненного цикла туров и их связи с этапами туроперейтинга, стратегиях продвижения туров и отдельных туристических услуг на рынки международного и внутреннего туризма.

На практических занятиях студенты смогут познакомиться с туристической документацией, методикой оценки туристического региона, механизмом сотрудничества между субъектами туристического рынка, формами контроля качества обслуживания туристов на объектах инфраструктуры, а также определить основные показатели эффективности функционирования туроператора в условиях рыночной экономики.

Цели преподавания учебной дисциплины:

- формирование и развитие профессиональных компетенций специалистов в области туризма по разработке конкурентоспособных туров (комплексов туристических услуг) и способах их продвижения на рынок;
- повышение общеобразовательного и культурного уровня студентов, с целью дальнейшего применения на предприятиях сферы туризма Республики Беларусь.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать систему знаний о основах туроперейтинга и правовых аспектах туроператорской деятельности;
- освоить практические навыки в технологии проектирования, формирования, продвижения и реализации туров (комплексных программ обслуживания) как для внутренних, так и для зарубежных рынков;
- сформировать стремление к высокому уровню образованности, развитию интеллектуальных и творческих способностей.

В результате изучения дисциплины выпускник должен:

*знать:*

- состав и содержание турпродукта как экономической единицы;
- технологию формирования тура;
- показатели качества тура и обслуживания в туризме;
- правила и методы разработки программы тура;
- особенности организации и осуществления договорной деятельности туристического предприятия;

*уметь:*

- анализировать макро- и микросреду туристического предприятия;
- разрабатывать конкурентоспособный туристический продукт на рынке;
- продвигать туристический продукт на рынке услуг;
- взаимодействовать в процессе создания, продвижения турпродукта с контрагентами;
- строить отношения с клиентами в процессе массовых продаж.

*Методы (технологии) обучения.* Методологическими особенностями дисциплины «Туроперейтинг» являются принцип модульного построения программы, стимулирование активного творческого мышления, направленность обучения на формирование самостоятельности суждений, мировоззренческая позиция с применением методов «погружения» в смоделированные преподавателем ситуации, встречающиеся в реальной работе туристических предприятий. Методы обучения в рамках дисциплины «Туроперейтинг» соответствуют общим требованиям к формированию социально-личностных компетенций выпускника высших учебных заведений.

При обучении предполагается использование мультимедийных технологий, а также демонстрационного материала, дискуссионность общения, организация выездных занятий на туристические предприятия.

Изучение учебной дисциплины рассчитано:

для студентов 3 курса дневной формы получения образования в 5 семестре (4 года обучения) общее количество часов – 114, из них 56 – аудиторные часы. Распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 20 часов, практические занятия – 20 часа. На УСРС отведено 16 часов.

Курс семестр	Общее количество часов	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР: лекции /практические
		Всего	Лекции	Практические	
5 семестр	114	56	20	20	16
Итого по дисциплине	114	56	20	20	16

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – экзамен (5 семестр).

для студентов 2 курса дневной формы получения образования в 4 семестре (3 года обучения) общее количество часов – 114, из них 20 – аудиторные часы. Распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 10 часов, практические занятия – 10 часов.

Курс семестр	Общее количество часов	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР: лекции /практические
		Всего	Лекции	Практические	
4 семестр	114	20	10	10	-
Итого по дисциплине	114	20	10	10	-

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – экзамен (4 семестр).

для студентов заочной формы получения образования (3,5 года обучения) общее количество часов – 114, из них 6 – аудиторные часы. Распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 2 часа, практические занятия – 4 часа.

Курс семестр	Общее количество часов	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР: лекции /практические
		Всего	Лекции	Практические	
5 семестр	114	4	2	4	-
Итого по дисциплине	114	4	2	4	-

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – экзамен (6 семестр)

для студентов заочной формы получения образования (5 лет обучения) общее количество часов – 114, из них 20 – аудиторные часы. Распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 10 часов, практические занятия – 10 часов.

Курс семестр	Общее количество часов	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР: лекции /практические
		Всего	Лекции	Практические	
7 семестр	114	20	10	10	
Итого по дисциплине	114	20	10	10	

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – экзамен (8 семестр).

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
(дневная форма получения образования, 4 года обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР		
1	<b>Основы туроперейтинга (6 ч.)</b>	4	2					
1.1	Общая характеристика, виды и субъекты туроперейтинга (2 ч.)	2						
1.2	Характеристика и функции туроператора на рынке туристических услуг (6 ч.)	2	2					Опрос
2	<b>Подготовительная работа в туроперейтинге (4 ч.)</b>	2	2					
2.1	Туроперейтинг на международном уровне (4 ч.)	2	2				“закон о туризме”	Дискуссия
3	<b>Планирование комплекса туруслуг в туроперейтинге (6 ч.)</b>	2	2			2		
3.1	Комплекс туристических услуг как объект планирования в туроперейтинге. Проектирование туров (6 ч.)	2	2			2	Паспорт тура	Презентация
4	<b>Разработка комплекса туруслуг в туроперейтинге (16 ч.)</b>	6	6			4		
4.1	Турист («заказчик») как субъект туроперейтинга (4 ч.)	2	2					
4.2	Работа туроператоров с поставщиками услуг (6 ч.)	2	2			2		Тренинг
4.3	Ценообразование в туроперейтинге (6 ч.)	2	2			2	Тур. прайсы	
5	<b>Продвижение комплекса туруслуг в туроперейтинге (6 ч.)</b>	2	2			2		
5.1	Основные средства продвижения туров. Профессиональные качества современного менеджера (6 ч.)	2	2			2	Должные обязанности	Дискуссия
6	<b>Реализация комплекса туруслуг в туроперейтинге (18 ч.)</b>	6	6			6		
6.1	Технологии реализации туров (6 ч.)	2	2			2		
6.2	Формирование спроса и стимулирование сбыта (8 ч.)	2	2			4	Рекламные образцы	

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
6.3	Контроль качества обслуживания в туроперейтинге (4 ч.)	2	2				Нормативные документы	
	Итого	<b>20</b>	<b>20</b>			<b>16</b>		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
(заочная форма получения образования, 5 лет обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	<b>Основы туроперейтинга (8 ч.)</b>	4	4					
1.1	Общая характеристика, виды и субъекты туроперейтинга (4 ч.)	2	2					Дискуссия, опрос
1.2	Планирование комплекса туруслуг в туроперейтинге. (2 ч.)	2						
1.3	Планирование комплекса туруслуг в туроперейтинге. Создание собственного учебного тура (2 ч.)		2					Тренинг
2	<b>Подготовительная работа в туроперейтинге (4 ч.)</b>	4						
2.1	Туроперейтинг на международном уровне (2 ч.)	2					Примеры договоров	
2.2	Ценообразование в туроперейтинге (2 ч.)	2					Туристические прайсы	
3	<b>Продвижение комплекса туруслуг в туроперейтинге (4 ч.)</b>	2	2					
3.1	Основные средства продвижения туров (2 ч.)	2						
3.2	Профессиональные качества современного менеджера. (2 ч.)		2				Должные обязанности	Тренинг
4	<b>Реализация комплекса туруслуг в туроперейтинге (4 ч.)</b>		4					
4.1	Технологии реализации туров. Формирование спроса и стимулирование сбыта (2 ч.)		2				Рекламные образцы	Опрос, дискуссия
4.2	Личные продажи туристических услуг. Контроль качества обслуживания в туроперейтинге (2 ч.)		2					Тренинг



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
(дневная форма получения образования, 3 года обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	<b>Основы туроперейтинга (8 ч.)</b>	4	4					
1.1	Общая характеристика, виды и субъекты туроперейтинга (4 ч.)	2	2					Дискуссия, опрос
1.2	Планирование комплекса туруслуг в туроперейтинге (2 ч.)	2						
1.3	Планирование комплекса туруслуг в туроперейтинге. Создание собственного учебного тура (2 ч.)		2					Тренинг
2	<b>Разработка комплекса туруслуг в туроперейтинге (4 ч.)</b>	4						
2.1	Работа туроператоров с поставщиками услуг (2 ч.)	2					Примеры договоров	
2.2	Ценообразование в туроперейтинге (2 ч.)	2					Туристические прайсы	
3	<b>Продвижение комплекса туруслуг в туроперейтинге (4 ч.)</b>	2	2					
3.1	Основные средства продвижения туров (2 ч.)	2						
3.2	Профессиональные качества современного менеджера. (2 ч.)		2				Должные обязанности	Тренинг
4	<b>Реализация комплекса туруслуг в туроперейтинге (2 ч.)</b>		2					
4.1	Технологии реализации туров. Формирование спроса и стимулирование сбыта (2 ч.)		2				Рекламные образцы	Опрос, дискуссия
4.2	Личные продажи туристических услуг. Контроль качества обслуживания в туроперейтинге (2 ч.)		2					Тренинг

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
(заочная форма получения образования, 3,5 года обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Средства обучения (оборудование, учебно-наглядные пособия и др.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	<b>Основы туроперейтинга (2 ч.)</b>	2	2					
1.2	Планирование комплекса туристических услуг в туроперейтинге. (2 ч.)	2	2				практикум	Тренинг
2	<b>Разработка комплекса туруслуг в туроперейтинге (2 ч.)</b>		2					
2.1	Туроперейтинг на международном уровне (2 ч.)		2				практикум	Опрос, дискуссия

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## Раздел 1. ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

### *Тема 1.1. Общая характеристика, виды и субъекты туроперейтинга*

Понятие «туроперейтинг» и его сущность. Виды туроперейтинга. Субъекты туроперейтинга. Основные функции туроперейтинга. Возникновение бизнеса туроперейтинга на международном туристическом рынке. Предпосылки возникновения туроперейтинга в Беларуси и факторы его привлекательности для предпринимателей. Терминология и аббревиатуры туроперейтинга. Этапы туроперейтинга. Управление туроперейтингом на национальном и международном уровне.

### *Тема 1.2. Характеристика и функции туроператора на рынке туристических услуг*

Понятие «туроператор». Классификация туроператоров. Роль и место туроператора на рынке туристических услуг. Характеристика деятельности туроператоров. Примеры ведущих отечественных и зарубежных туроператоров. Основные функции туроператоров. Характеристика комплектующей функции туроператора, ее назначение. Характеристика сервисной функции туроператора, ее назначение. Характеристика гарантийной функции туроператора, ее назначение. Роль и место туроператоров на международном и отечественном туристических рынках.

## Раздел 2. ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ РАБОТА В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ

### *Тема 2.1. Туроперейтинг на международном уровне*

Экспорт и импорт туристических услуг. География туристических миграций. Особенности туристического районирования. Тенденции туристических прибытий в макрорегионы и субрегионы мира. Туристско-рекреационный потенциал макрорегионов и субрегионов международного рынка. Причинно-следственные связи развития различных видов туризма в субрегионах. Место туристического региона на рынке международного туризма. Статистика международных туристических прибытий.

### *Тема 2.2. Туроперейтинг на национальном уровне*

Туристско-рекреационный потенциал регионов национального рынка. Региональные модели развития туризма. Конкурирующие региональные модели, предлагающие схожие комплексы туристических услуг. Основные подходы к развитию туризма в регионах Республики Беларусь.

## **Раздел 3. ПЛАНИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ**

### ***Тема 3.1. Комплекс туристических услуг как объект планирования в туроперейтинге***

Понятие «услуга», ее потребительские свойства и характеристика. Комплекс туристических услуг как объект планирования в туроперейтинге. Пакет услуг (основной и дополнительный). Понятие «тур» и его составляющие. Виды туров и маршрутов. Выявление целевых рынков – основных, дополнительных, случайных. Сегментирование туристического рынка: выбор целевого рынка, оценка потенциала сегмента рынка, анализ возможностей освоения данного сегмента рынка.

### ***Тема 3.2. Проектирование туров***

Этапы проектирования туров. Технологии разработки и организации туров. Понятие и особенности организации индивидуальных и групповых туров. Программа обслуживания. Отличительные особенности туроперейтинговой программы инициативного туроператора. Отличительные особенности туроперейтинговой программы рецептивного туроператора. Документационное обеспечение процесса проектирования тура. Управление потребительским спросом на каждом этапе тура.

### ***Тема 3.3. Турист («Заказчик») как субъект туроперейтинга «Человеческий» фактор в создании туристического продукта. Факторы востребованности туристического продукта.***

## **Раздел 4. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ**

### ***Тема 4.1. Работа туроператоров с поставщиками услуг***

Поставщики туристических услуг. Способы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг. Тактика ведения переговоров туроператора с поставщиками туристических услуг. Психология деловых переговоров. Контрактинг в туроперейтинге на международном и национальном уровне.

### ***Тема 4.2. Договорные отношения в туроперейтинге***

Виды договорных отношений в туроперейтинге. Сущность и понятие договора. Права и обязанности сторон. Специфика заключения договоров с зарубежными партнерами. Национальные особенности переговорщиков. Принципы невербального общения в процессе ведения переговоров. Основные документы, регулирующие отношения туроператоров на международном уровне. Нормативно-правовые акты, регулирующие договорные отношения туроператоров на национальном уровне.

### ***Тема 4.3. Ценообразование в туроперейтинге***

Ценообразование в туроперейтинге. Определение цены на комплекс туристических услуг. Факторы, влияющие на цену тура. Рентабельность тура. Основные составляющие цены турпакета. Себестоимость тура, постоянные и переменные издержки туроператора. Расчет нулевой рентабельности тура. Расчет стоимости автотранспорта и авиатранспорта. Ценовые стратегии туроперейтинга. Роль персонала в достижении целей туроперейтинга.

### ***Тема 4.4. Конкуренция в сфере туризма***

Конкуренция в сфере туризма. Взаимоотношения фирм. Демпинг. Конкурентность туристического продукта.

## **Раздел 5. ПРОДВИЖЕНИЕ КОМПЛЕКСА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ**

### ***Тема 5.1. Основные средства продвижения туров***

Условия формирования положительного имиджа туроператора. Основные средства продвижения туров и отдельных туристических услуг, применяемых в туроперейтинге. Достоинства и недостатки основных средств продвижения туров и отдельных туристических услуг на примере конкретного туроператора. Стоимость основных средств продвижения в Беларуси. Ассортимент рекламно-информационной продукции отечественных туроператоров. Стадии жизненного цикла туров. Стратегии продвижения туров туроператоров на международный и национальный рынки.

### ***Тема 5.2. Участие в Выставочных мероприятиях***

Классификация выставочных мероприятий, проводимых в сфере туризма, их характеристика. Основные правила выставочной и послевыставочной работы туроператора. Расчет затрат и эффективности участия туроператора в выставочных мероприятиях. Подготовка и проведение рекламной кампании для туроператора. Оценка эффективности основных средств продвижения.

### ***Тема 5.3. Профессиональные качества современного менеджера.***

Профессиональные качества современного менеджера – специалиста по продажам. Требования к профессии, личностные характеристики. Системы повышения квалификации работников сферы туризма.

## **Раздел 6. РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ**

### ***Тема 6.1. Технологии реализации туров***

Этапы, средства и технологии реализации туров и отдельных туристических услуг туроператора потребителям. Разработка и внедрение

сбытовых стратегий в туроперейтинге. Формирование сбытовой сети туроператора. Определение внешних и внутренних факторов, влияющих на организацию сбытовой сети.

### ***Тема 6.2. Формирование спроса и стимулирование сбыта***

Информационно-рекламная деятельность отечественных туроператоров. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Стимулирование сбыта как средство воздействия на потребителей туристических услуг. Примеры эффективного стимулирования сбыта в туроперейтинге. Достоинства и недостатки стимулирования сбыта. Цели и направления туристической пропаганды в туроперейтинге. Достоинства пропаганды в туризме. Недостатки пропаганды.

### ***Тема 6.3. Личные продажи туристических услуг***

Особенности личной продажи комплекса туристических услуг в туроперейтинге. Характеристика процесса личной продажи. Установление контакта с клиентом по телефону. Особенности приема и обслуживания клиента в офисе. Типология клиентов. Работа с возможными возражениями клиентов. Осуществление продажи клиенту, послепродажное обслуживание. Достоинства и недостатки личной продажи в туроперейтинге.

### ***Тема 6.4. Контроль качества обслуживания в туроперейтинге***

Международные и национальные нормативные акты туристической деятельности. Договорные и юридические аспекты взаимоотношений Сторон.

Туристическая документация. Контроль качества обслуживания. Порядок рассмотрения претензий и жалоб туристов. Показатели эффективности функционирования туроператора. Критерии оценки качества услуг в туроперейтинге.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

#### ОСНОВНАЯ

1. Бирицкая, Н.М. Туроперейтинг: учеб. пособие / Н.М. Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007.
2. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы: учеб. пособие / В.В. Богалдин-Малых. – М: МПСИ, 2004.
3. Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: учебник / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П. Орловская. – СПб: Бизнес-пресса, 2004.
4. Гришко, Н.И. Управление персоналом: учеб.-прак. пособие / Н.И. Гришко. – Минск: БГЭУ, 2000.
5. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: учебник / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002.
6. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и кредит, 2008.
7. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М: Финансы и статистика, 2007.
8. Кусков, А.С. Туроперейтинг / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. – М.: Форум, 2009.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

9. Агамирова, Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе: практикум / Е.В. Агамирова. – М: Дашков и К, 2005.
10. Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: учебник / Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 2005.
11. Енджейчик, И. Современный туристический бизнес: научное издание / И. Енджейчик. – М: Финансы и статистика, 2003.
12. Лукичева, Л.И. Менеджмент туризма: Экономика туризма: учебник / Л.И. Лукичева. – М: Финансы и статистика, 2004.
13. Музыченко, В.В. Управление персоналом: учебник / В.В. Музыченко. – М: Академия, 2003.
14. Сенин, В.С. Организация международного туризма: учебник / В.С. Сенин. – М: Финансы и статистика, 2004.
15. Соловьев, Э.А. Современный этикет и деловой протокол: учебное пособие / Э.А. Соловьев. – Минск: Новое знание, 2000.
16. Сухов, Р.И. Организация работы туристического агентства: учебное пособие / Р.И. Сухов. – М-РнД: МарТ, 2005.
17. Чудновский, А.Д. Гостиничный и туристический бизнес: учебное пособие / А.Д. Чудновский. – М.: Кнорус, 2002.

18. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации: учебник / С.В. Шекшня. – М: Интел-синтез, 2004.

19. Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: учебник / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова. – М: Финансы и статистика, 2005.

## МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Основные методы и технологии обучения, отвечающие целям и задачам учебной дисциплины:

Методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности: словесные (рассказ, лекция, беседа, объяснение, описание), наглядные (демонстрация, иллюстрация, наблюдение, видеометод), работа с книгой (составление библиографии, плана, конспектирование, тезирование, цитирование, аннотирование), индуктивные, дедуктивные, репродуктивные, проблемно-поисковые, самостоятельная работа, работа под руководством преподавателя.

Методы стимулирования учебной деятельности: познавательные игры, учебные дискуссии, создание эмоционально-нравственных ситуаций, создание ситуации успеха в учении, убеждение в значимости учения, предъявление учебных требований, поощрение и порицание в учении.

Методы контроля и самоконтроля: индивидуальный опрос, фронтальный опрос, устные зачеты, устные экзамены, программированный опрос, контрольные письменные работы, письменные зачеты, письменные экзамены, письменный самоконтроль, компьютерный контроль.

Предметно ориентированные технологии: технология полного усвоения знаний, технология модульного обучения.

Личностно ориентированные технологии: технология развивающего обучения, технология проблемного обучения, технология обучения как учебного исследования, технология коллективной мыследеятельности.

Кроме того, могут быть использованы коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, мозговой штурм, учебные дебаты, круглый стол), игровые технологии (деловые, ролевые, имитационные игры).

## ДИАГНОСТИКА КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Типовым учебным планом специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» в качестве формы текущей аттестации студентов по учебной дисциплине «Туроперейтинг» предусмотрен экзамен. Десятибалльная шкала оценки представляет собой систему измерения учебных достижений студента, в которой отметка уровня знаний выражается последовательным рядом чисел (баллов) «1», «2», «3», «4», «5», «6», «7», «8», «9», «10». При оценке знаний студентов отметками в баллах по десятибалльной шкале учитываются критерии оценки результатов учебной деятельности студентов в учреждениях высшего образования по десятибалльной шкале. Положительными являются отметки не ниже 4



(четырёх) баллов. Отметки 1 (один), 2 (два), 3 (три) являются неудовлетворительными.

Для диагностики компетенций студентов используются следующие формы:

Устная:

- 1) собеседования;
- 2) доклады на семинарских занятиях.
- 3) доклады на конференциях;
- 4) устные экзамены;
- 5) оценивание на основе деловой игры.

Письменная:

- 1) тесты;
- 2) контрольные опросы;
- 3) контрольные работы;
- 4) рефераты;
- 5) отчеты по научно-исследовательской работе.
- 6) публикации статей, докладов;
- 7) стандартизированные тесты;
- 8) оценивание на основе модульно-рейтинговой системы;
- 9) оценивание на основе кейс-метода;
- 10) оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная:

- 1) экзамены;
- 2) оценивание на основе модульно-рейтинговой системы;
- 3) оценивание на основе деловой игры.

## ПРИМЕРНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Понятие «туроперейтинг» и его сущность
2. Виды, субъекты и основные функции туроперейтинга
3. Понятие, классификация и основные функции туроператора
4. География туристических миграций
5. Особенности туристического районирования
6. Туроперейтинг на национальном уровне
7. Понятие «услуга», ее потребительские свойства и их характеристика
8. Пакет услуг (основной и дополнительный). Понятие «тур» и его составляющие. Виды туров и маршрутов
9. Этапы проектирования туров. Технологии разработки и организации туров
10. Понятие и особенности организации индивидуальных и групповых туров
11. Программа обслуживания. Документационное обеспечение процесса проектирования тура
12. «Человеческий» фактор в создании туристического продукта

13. Факторы востребованности туристического продукта
14. Поставщики туристических услуг
15. Способы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг
16. Техника ведения переговоров туроператора с поставщиками туристических услуг
17. Психология деловых переговоров
18. Виды договорных отношений в туроперейтинге
19. Сущность и понятие договора. Права и обязанности сторон
20. Специфика заключения договоров с зарубежными партнерами
21. Принципы невербального общения в процессе ведения переговоров
22. Основные документы, регулирующие отношения туроператоров на международном рынке
23. Нормативно-правовые акты, регулирующие договорные отношения туроператоров на национальном уровне
24. Ценообразование в туроперейтинге
25. Факторы, влияющие на цену тура. Рентабельность тура
26. Основные составляющие цены турпакета
27. Себестоимость тура, постоянные и переменные издержки туроператора
28. Расчет нулевой рентабельности тура
29. Ценовые стратегии туроперейтинга
30. Конкуренция в сфере туризма
31. Понятие «демпинг», типы и формы
32. Условия формирования положительного имиджа туроператора
33. Основные средства продвижения туров и отдельных туристических услуг, применяемых в туроперейтинге
34. Стадии жизненного цикла туров
35. Стратегии продвижения туров туроператоров на международный и национальный рынки
36. Классификация выставочных мероприятий, проводимых в сфере туризма, их характеристика
37. Этапы, средства и технологии реализации туров и отдельных туристических услуг туроператора потребителям
38. Формирование спроса и стимулирование сбыта
39. Достоинства и недостатки стимулирования сбыта
40. Особенности личной продажи комплекса туристических услуг в туроперейтинге
41. Установление контакта с клиентом по телефону
42. Особенности приема и обслуживания клиента в офисе
43. Типология клиентов
44. Контроль качества обслуживания

## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ

### ПО 10-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ

Баллы            Уровень знаний магистрантов

1 Отказ от ответа или отсутствие представлений о содержании предмета

2 Знания по предмету фрагментарны; учебная программа не выполнена (пропуски семинаров, отсутствие отметок в течение семестра)

3 Слабое знакомство с основной литературой, рекомендованной программой; наличие в ответе грубых ошибок, отражающих отсутствие логики в понимании значения менеджмента качества и управление процессами в сфере туризма и гостеприимства; использование научной терминологии изобилует ошибками; неумение ориентироваться в основных понятиях; пассивность на семинарах, пропуски более 50 % занятий, низкий уровень культуры выполнения заданий

4 Усвоение основной литературы, рекомендованной программой; механическое запоминание основных положений предмета, неумение сделать логические выводы из сказанного; при использовании научной терминологии встречаются ошибки непринципиального характера; посещение или своевременная отработка более 70 % учебных занятий, удовлетворительная культура выполнения заданий; своевременное выполнение самостоятельных работ

5 Неустойчивые представления по основным разделам программы; владение основной литературой, рекомендованной программой; владение научной терминологией дисциплины с несущественными ошибками; умение ориентироваться в базовых теориях и концепциях, понимание их содержания; неумение четко и логично выстраивать ответ на вопросы программы; посещение или своевременная отработка 90 % учебных занятий при достаточной культуре выполнения заданий

6 Достаточно полные и систематические знания по дисциплине; усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой в объеме учебной программы; устойчивое усвоение научной терминологии; умение четко отвечать на вопрос; способность самостоятельно применять полученные знания и навыки при ответах на вопросы среднего уровня; активная самостоятельная работа на семинарах при 100 % посещении (отработке), своевременное и качественное выполнение самостоятельных работ, активное участие в групповых обсуждениях проблем менеджмента качества

7 Систематизированные и полные знания по всем разделам учебной программы; безошибочное и осознанное применение научной терминологии; умение самостоятельно применять полученные знания при ответах, попытки творчески сформулировать мысль или вопрос для решения; умение критически подходить к основным понятиям менеджмента качества и управления процессами, увязывать их со знаниями, полученными в смежных

дисциплинах; отсутствие пропусков занятий или своевременная их отработка, хорошее качество выполнения заданий; активное участие в групповых обсуждениях проблем менеджмента качества

8 Систематизированные и полные знание по всем вопросам, поставленным в объеме учебной программы дисциплины; усвоение основной и дополнительной литературы по программе; умение анализировать материал и делать логическое заключение; способность стилистически правильно и логически отвечать на программные вопросы; устойчивое владение терминологией и инструментарием дисциплины, умение использовать их в постановке и решении научных и профессиональных задач; способность давать критическую оценку изучаемым теориям и концепциям; активная и самостоятельная работа на семинарах, высокий уровень культуры выполнения заданий

9 Систематизированные и полные знания по всем вопросам, поставленным в объеме учебной программы дисциплины; полное усвоение основной и дополнительной литературы по дисциплине, умение использовать новые технологии получения научных знаний; точное владение инструментарием и терминологией дисциплины; умение четко, стилистически грамотно и логически безукоризненно выстраивать ответ; использовать рассуждения; способность творчески решать сложные междисциплинарные задачи в нестандартных ситуациях в рамках учебной программы; высокий уровень культуры и своевременность выполнения заданий по дисциплине

10 Систематизированные и полные знания по вопросам, сверх объема учебной программы дисциплины; полное усвоение основной и дополнительной литературы по дисциплине, умение использовать новые технологии получения научных знаний; умение четко, стилистически грамотно и логически безукоризненно формулировать ответы на вопросы; безупречное владение методологией дисциплины, выраженная способность самостоятельно и творчески использовать ее в решении научных и профессиональных задач; участие в научной работе кафедры; способность творчески решать сложные междисциплинарные задачи в нестандартных ситуациях, выходящих за рамки учебной программы; высокая культура и своевременность выполнения заданий по дисциплине