

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство образования и науки Республики Таджикистан
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
Российско-Таджикский (Славянский) университет



«Утверждаю»

~~Декан экономического факультета~~

Расулов Н.С.

« 1 » 09 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

«Туроперейтинг»

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

Наименование профиля - «Менеджмент в туризме»

Форма подготовки - очная

Уровень подготовки – бакалавриат

ДУШАНБЕ – 2025 г.

Рабочая программа составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм (уровень бакалавриата)», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 08.06.2017 № 518

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению туризм;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

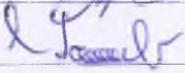
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры туризма и сервиса, протокол № 1 от 29.08. 2025 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета Экономики и управления, протокол № 1 от 29.08. 2025 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета экономики и управления, протокол № 1 от 29.08. 2025 г.

Заведующий (ая) кафедрой  Даниярова Ф.И.

Председателя УМС факультета  Шодиева Т.Г.

Разработчик: к.э.н., стар. преп.  Хасанов Р.Х.

Разработчик (ки) от организации: _____

Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	Лекция	Практические занятия (КСР, лаб.)		
Хасанов Р.Х.				РТСУ, кафедра туризма и сервиса, кабинет 222

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Туроперейтинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части профессионального цикла обучения бакалавров по направлению 43.03.02. «Туризм»

Целью курса является формирование у студентов знаний об основных понятиях в области туризма, видах предпринимательства в туризме и структуре туристской индустрии, особенностях развития туризма и современного состояния туризма в Таджикистане

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является изучение студентами организационно-управленческих основ туроператорской деятельности, создание у студентов целостного представления о принципах организации обслуживания туристов, методах анализа туристского рынка для эффективной разработки (проектирования) туристского продукта, условиях внедрения новых технологий, ориентированных на запросы потребителя. Формирование у студентов знаний и умений в области организации туристской деятельности, необходимых для успешного применения современных концепций и технологий в сфере своей профессиональной деятельности на практике.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины формулируются в соответствии с требованиями ФГОС, предъявляемые к компетенциям обучающегося:

Задачи:

- теоретический компонент:
 - знать теоретические основы и закономерности функционирования туристского рынка;
 - ознакомить студентов с основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности;
 - знать основные законодательные и нормативные документы в сфере туристской деятельности;
 - сформировать у студентов представление о сегментах обслуживания, пакете услуг.
- познавательный компонент:
 - научить использовать информацию о тенденциях и перспективах

развития рынка туристских услуг;

- научить анализировать факторы, выявлять тенденции в развитии регионального и мирового туризма;
 - раскрывать актуальные проблемы развития туризма на современном этапе;
 - знать о факторах обеспечения безопасности туристов.
- практический компонент:
- сформировать у студентов представление о создании привлекательного туристского продукта;
 - сформировать практические умения в области организации туристского бизнеса

1.3 В результате изучения дисциплины «Туроперейтинг» у обучающихся формируются следующие общекультурные/ общепрофессиональные/ профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Таблица 1.

код	Формируемая компетенция	Содержание этапа формирования компетенции	Виды оценочных средств
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности		Тестирование. Контроль самостоятельной работы. Устный опрос.
ПК-4	Способен овладеть теоретико-методологическими основами проектирования, готовностью применения основных методов проектирования в туризме		Контроль самостоятельной работы. Отчеты по практическим работам.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Предмет «Туроперейтинг» относится к обязательным дисциплинам базовой части Блока 1 (Б1.О.19) ОПОП направления подготовки 43.03.02 «Туризм» и проводится в 7 и 8 семестрах очной формы обучения.

Дисциплина направлена на формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области организации туристской деятельности. Логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в нижеследующей таблице:

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ООП
1.	История таджикского народа	2	Б1.В.ОД.1
2.	Безопасность в туризме	2	Б1.В.ОД.15
3.	Реклама в туристской индустрии	2	Б1.В.ОД.16
4.	Человек и его потребности	2	Б1.Б.10
5.	Философия	3	Б1.Б.4
6.	Основы социального государства	3	Б1.Б.5
7.	Информационные технологии в туристской индустрии	3	Б1.Б.12
8.	Психология	3	Б1.В.ОД.3
9.	Культурология	3	Б1.В.ОД.5
10.	Охрана окружающей среды	3	Б1.В.ОД.8
11.	Основы создания туристского продукта	3	Б1.В.ДВ.3.2
12.	Человеческое развитие	3	Б1.В.ДВ.2.2
13.	Проблемы расследования и профилактики коррупции	3	ФТД.2
14.	Иностранный язык второй	3-4	Б1.Б.17
15.	Первая медицинская помощь	4	Б1.В.ОД.10
16.	Страхование в туризме	4	Б1.В.ОД.13
17.	Технологии гостиничной деятельности	4	Б1.В.ДВ.11.1
18.	Организация эко и этнотуризма	4	Б1.В.ДВ.11.2
19.	Туристско-рекреационное проектирование	5	Б1.Б.9
20.	Организация туристской деятельности	3-4	Б1.Б.11
21.	Менеджмент в туристской индустрии	4	Б1.Б.13
22.	Психология делового общения	5	Б1.Б.16
23.	Безопасность жизнедеятельности	5	Б1.Б.18
24.	Бухгалтерский учет, анализ и аудит в туризме	5	Б1.В.ОД.11
25.	Экономика туристской индустрии	5-6	Б1.В.ОД.14
26.	Маркетинг в туристской индустрии	6	Б1.Б.14
27.	Статистика туризма	6	Б1.В.ОД.9
28.	Инфраструктура туризма и гостеприимства	6	Б1.В.ДВ.9.1
29.	Использование минеральных вод в бальнеологии	6	Б1.В.ДВ.9.2
30.	Экскурс ведение	6	Б1.В.ДВ.12.1
31.	Основы бизнеса	6	Б1.В.ДВ.12.2
32.	Правовое регулирование в сфере туризма	7	Б1.В.ОД.6
33.	Технология спортивного туризма (рекреационный туризм)	7	Б1.В.ОД.7
34.	Стандартизация, сертификация и лицензирование в туристической	7	Б1.В.ОД.9

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ООП
	деятельности		
35.	Логистика	7	Б1.В.ОД.17
36.	Планирование туристской деятельности	7	Б1.В.ОД.18
37.	Отмывание денег и пресечение финансирования терроризма	7	Б1.В.ОД.1
38.	Теория и методика этнокультурного образования	7	Б1.В.ОД.2
39.	Народные обычаи, праздники и обряды стран изучаемого региона	7	Б1.В.ДВ.4.1
40.	История культуры стран Востока и Запада	7	Б1.В.ДВ.4.2
41.	Делопроизводство в туризме	7	Б1.В.ДВ.5.1
42.	Бизнес-планирование предприятий индустрии туризма	7	Б1.В.ДВ.5.2
43.	Государственная покупка товаров, работ и услуг	7	Б1.В.ДВ.8.1
44.	Экономика труда	7	Б1.В.ДВ.8.1

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины «Туроперейтинг» составляет:

✓ В **7-ом** семестре: 16 часов лекций, 16 часов – практических занятий, 16 часов – КСР, и 24 часов – СРС. Аудиторных – 48 часов. Всего – 72 часов. В том числе 10 часов в интерактивной форме. 2 зачетных единиц. Дисциплина «Туроперейтинг» изучается в 7 – ом семестре очной формы обучения.

✓ Зачет – 7 семестр.

Тема 1. Введение в туроператорский бизнес.

Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.

Тема 2. Понятие и составляющие туроперейтинга

Определение понятий «туроперейтинг», «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия».

Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания.

Тема 3. Типы и функции туроператоров

Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места

назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов.

Тема 4. Основные характеристики и структура туристского продукта

Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.

Тема 5. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание

Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний:

Отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.

Тема 6. Туристское планирование

Туристские предприятия и их формы. Определение миссии и целей деятельности предприятия. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. Права и обязанности турфирм и туристов.

Особенности и процедуры агентского бизнеса. Технология взаимоотношений туроператора с турагентом.

Тема 7. Проектирование туров

Требования к проектируемой туристской услуге. Технологическая карта тура. Туристическая путевка. Программа обслуживания тура. Проектная документация. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Тур и туристский маршрут.

Тема 8. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта

Турпакет. Разновидности туров. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. Классификация туристских маршрутов и туров. Программный туризм. Теоретические основы методики разработки турпродукта. Технология продажи туров.

Тема 9. Специфика работы туроператора с поставщиками туристических услуг.

Взаимодействие с автотранспортными предприятиями; Схема работы с авиакомпаниями; Взаимоотношения с предприятиями размещения; Особенности работы с предприятиями питания; Специфика работы со страховыми компаниями.

Тема 10. Технология разработки турпродукта.

Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки.

Тема 11. Стратегия турфирмы на туристском рынке. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.. Туристский

маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач.

Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок. **Тема 12. Особенности ценообразования в туризме**

Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления туристских услуг.

Тема 13. Сущность и значение качества туристских услуг.

Качественные и количественные характеристики услуги. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг. Оценка качества туристских услуг. Критерии оценки качества услуг. Источники информации о качестве обслуживания. Виды анкет, используемые при опросе туристов с целью определения качества услуг **Тема 14. Системы распространения турпродукта.**

Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством

Тема 15. Каналы распределения услуг

Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством

Тема 16. Туристское планирование

Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура.

Таблица 3.

Структура и содержание дисциплины «Туроперейтинг»

№ п/ п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Литература	Количество баллов в неделю
		Лек.	Пр.	КСР	СРС		
VII семестр							

1.	<p>Введение в туроператорский бизнес.</p> <p>1. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса.</p> <p>2. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга.</p> <p>Введение в туроператорский бизнес.</p> <p>1. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. (Дискуссия).</p> <p>Тема рефератов. Роль цифровых технологий в продажах в туризме; Онлайн-бронирование и его влияние на процессы продаж в туризме; Использование социальных сетей для продвижения и продаж туристических услуг.</p>	2		2		1-5	12,5
2.	<p>Понятие и составляющие туроперейтинга</p> <p>1. Определение понятий «туроперейтинг», «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия».</p> <p>2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. (Дискуссия, презентация)</p> <p>Понятие и составляющие туроперейтинга</p> <p>1. Определение понятий «инкаминг», «инсайдинг», «аутгоинг», «флайтер», «туристский маршрут», «путевка», «туристская среда», «туристская индустрия». (Презентация)</p> <p>Тема рефератов. Персонализация</p>		2		2	1-5	12,5

	<p>продаж в туризме с помощью технологий.</p> <p>Влияние и применение искусственного интеллекта в туристических продажах.</p> <p>Роль мобильных приложений в продажах и обслуживании клиентов в туризме.</p>						
3.	<p>Типы и функции туроператоров</p> <p>1. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка.</p> <p>2. Операторы специализированные. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка.</p> <p>Типы и функции туроператоров</p> <p>1. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма.</p> <p>2. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов.</p> <p>(Дискуссия)</p> <p>Тема рефератов: Виртуальная и дополненная реальность в продажах туристических услуг; Интернет-маркетинг и SEO для продаж туристических услуг; Электронные платформы и агрегаторы в туристических продажах.</p>	2		2	2	1-5	12,5
4.	<p>Основные характеристики и структура туристского продукта.</p> <p>1. Потребительские свойства турпродукта.</p> <p>2. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и не вещественных потребительских стоимостей (в форме услуг).</p> <p>Основные характеристики и структура туристского продукта.</p> <p>1. Категория</p>		2		2	1-5	12,5

	<p>потребителей/туристов турпродуктов.</p> <p>2. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта</p> <p>Тема рефератов: Развитие и использование блокчейн-технологий в привлечении и обработке заказов в туризме; Геолокация и местные услуги в туризме: новые возможности продаж; Роботизация и автоматизация процессов продаж в туризме.</p>						
5.	<p>Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание</p> <p>1. Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура.</p> <p>2. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления.</p> <p>Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание</p> <p>1. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний</p> <p>2. Отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.</p> <p>Дискуссия + Презентация</p> <p>Тема рефератов: Технологии Big Data и аналитика в управлении и оптимизации продаж туристических услуг; Интернет вещей (IoT) и его применение в продажах в туризме; Интерактивные технологии и мультимедиа в продажах туристических услуг.</p>	2		2	2	1-5	12,5

6.	Туристское планирование 1. Туристские предприятия и их формы. Определение миссии и целей деятельности предприятия. 2. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. 3. Права и обязанности турфирм и туристов. Туристское планирование 1. Туристские предприятия и их формы. Определение миссии и целей деятельности предприятия. 2. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. 3. Права и обязанности турфирм и туристов. Особенности и процедуры агентского бизнеса. Технология взаимоотношений туроператора с турагентом. (Презентация + Обсуждения) Тема рефератов: Онлайн-платежи и безопасность транзакций в туристических продажах; Использование чат-ботов и виртуальных ассистентов в туристических продажах; Машинное обучение и прогнозирование спроса в туристических продажах.	2	2	2	12,5	
7.	Проектирование туров 1. Требования к проектируемой туристской услуге. Технологическая карта тура. Туристическая путевка. Программа обслуживания тура. 2. Проектная документация. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Тур и туристский маршрут. Проектирование туров 1. Технологическая карта тура. Туристическая путевка.	2	2	2	1-5	12,5

	<p>Программа обслуживания тура. Проектная документация. 2. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Тур и туристский маршрут. Тема рефератов: Технологии распознавания образов и их применение в продажах туристических услуг. Коммуникационные технологии и каналы связи с клиентами в туристических продажах. Умные системы управления и контроля продаж в туризме.</p>					
8.	<p>Формирование, продвижение и реализация туристского продукта 1. Турпакет. Разновидности туров. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. Классификация туристских маршрутов и туров. Программный туризм 2. Теоретические основы методики разработки турпродукта. Технология продажи туров. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта 1. Турпакет. Разновидности туров. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. 2. Классификация туристских маршрутов и туров. Программный туризм. Теоретические основы методики разработки турпродукта. Технология продажи туров. Тема рефератов: Роль голосового поиска и развитие технологий голосового управления в туристических продажах; Технологии предиктивного</p>		2		2	12,5

	анализа и оптимизации ценообразования в туризме; Управление отзывами и репутацией в онлайн-продажах туристических услуг.						
9.	<p>Специфика работы туроператора с поставщиками туристических услуг. Подготовительный этап.</p> <p>1. Взаимодействие с автотранспортными предприятиями; Схема работы с авиакомпаниями; Взаимоотношения с предприятиями размещения</p> <p>2. Особенности работы с предприятиями питания; Специфика работы со страховыми компаниями.</p> <p>Специфика работы туроператора с поставщиками туристических услуг.</p> <p>1. Исследование потребностей клиента.</p> <p>2. Приемы воздействия на клиента.</p> <p>Тема рефератов: Использование технологий виртуальных экскурсий для продажи туристических услуг; Продажи через площадки онлайн-туризма и маркетплейсы; Применение технологий машинного перевода в общении с иностранными клиентами в туризме.</p>	2		2	2		12,5
10.	<p>Технология разработки турпродукта.</p> <p>1. Порядок и этапы разработки турпродукта.</p> <p>2. Основные и специфические потребности туристов.</p> <p>Технология разработки турпродукта.</p> <p>1. Исходная дифференциация</p>		2		2	1-5	12,5

	<p>туристских поездок. Потребительские свойства тура. 2. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки. Тема рефератов: Лояльность и программы поощрений в продажах туристических услуг; Технологии геоданных и их использование в туристических продажах; Развитие технологий смарт-карт и их применение в туристических продажах. Роботизированное обслуживание клиентов (RPA) в продажах туристических услуг.</p>					
1 1.	<p>Стратегия турфирмы на туристском рынке. 1. Понятие и сущность воронки продаж. 2. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Стратегия турфирмы на туристском рынке. 1. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта. 2. Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок. Тема рефератов: Персонализированные маркетинговые стратегии в продажах туристических услуг. Использование аналитики данных для сегментации клиентов и таргетированной рекламы в туризме. Применение геомаркетинга в продажах туристических услуг.</p>	2	2	1-5	12,5	

1 2.	<p>Особенности ценообразования в туризме</p> <p>1. Ключевые моменты в воронки продаж.</p> <p>2. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета.</p> <p>Особенности ценообразования в туризме.</p> <p>Особенности ценообразования в туризме</p> <p>1. Калькуляция стоимости туристских услуг.</p> <p>2. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления туристских услуг. (Дискуссия)</p> <p>Тема рефератов: Роль виртуальных агентов и роботов-консультантов в продажах туристических услуг.</p> <p>Развитие мобильных платежей и электронного кошелька в туристических продажах.</p> <p>Технологии автоматизации и управления запасами в туристических продажах.</p>	2		2	1-5	12,5
1 3.	<p>Сущность и значение качества туристских услуг.</p> <p>1. Качественные и количественные характеристики услуги.</p> <p>2. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг.</p> <p>Сущность и значение качества туристских услуг.</p> <p>1. Оценка качества туристских услуг. Критерии оценки качества услуг.</p> <p>2. Источники информации о качестве обслуживания. Виды анкет, используемые при опросе туристов с целью определения качества услуг. (Дискуссия)</p>	2		2	1-5	12,5

	<p>Тема рефератов: Влияние инфлюэнсер-маркетинга на продажи в туризме.</p> <p>Продвижение и продажи туристических услуг через видеосодержание.</p> <p>Технологии прогнозирования спроса и оптимизации заполненности гостиниц в туризме.</p>						
1 4.	<p>Системы распространения турпродукта.</p> <p>1. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта Главные рекомендации при заключении сделки.</p> <p>2. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Завершающая стадия продажи.</p> <p>Системы распространения турпродукта.</p> <p>1. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом.</p> <p>2. Теоретические основы методики разработки турпродукта. Технология продажи туров.</p> <p>Тема рефератов: Виртуальные туры и панорамное фото в продажах туристических услуг.</p> <p>Брендинг и создание уникального опыта через технологии в туризме.</p> <p>Продажи туристических услуг через мессенджеры и чат-платформы.</p>	2		2	1-5	12,5	
1 5.	<p>Каналы распределения услуг</p> <p>1. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта</p> <p>2. Послепродажное обслуживание и формирование</p>	2		2	1-5	12,5	

	лояльности потребителя. Каналы распределения услуг 1. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством. 2. Работа с жалобами и претензиями. Тема рефератов: Роль геймификации в продажах туристических услуг. Влияние технологий электронной коммерции на продажи в туризме. Применение технологий смарт-дома в гостиничной индустрии и их влияние на продажи.						
1 6.	Туристское планирование 1. Стадии планирования туристского пакета. Правила и рекомендации проведения презентации. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Туристское планирование 1. Принципы выбора мест приема. 2. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Тема рефератов: Влияние социальных сетей на продажи туристических услуг и отелей. Продажи круизных путешествий и использование технологий в этой сфере. Развитие экотуризма и его влияние на продажи.		2		2	1-5	12,5
	ИТОГО: Лек-16 Прак-16 КСР-16 СРС-24 ВСЕГО-108						

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Планирование туристской деятельности» включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

Таблица 4.

План-график выполнения самостоятельных работ (СРС)

№ п / п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
VII семестр				
1.	2	Основные понятия и определения туристического рынка.	Реферат	Работа в малых группах
2.	2	Основы туризма и его основные компоненты. Субъекты и объекты туризма	Эссе	Опрос, дискуссия
3.	2	Предмет деятельности туроператоров и турагентов. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.	Доклад	Мозговой штурм
4.	2	Определение понятий «туризм», «путешествие», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия».	Письменная работа	Работа в малых группах. Защита работы
5.	2	Структура туристской отрасли. Особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристского рынка. Информационное обеспечение тур. отрасли.	Реферат	Презентации и дискуссия
6.	2	Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. (Дискуссия, презентация)	Эссе	Дискуссия. Защита работы

7.	2	Составляющие туроперейтинга Определение понятий «инкаминг», «инсайдинг», «аутгоинг», «флайтер», «туристский маршрут», «путевка», «туристская среда», «туристская индустрия».	Доклад	Опрос. Дискуссия
8.	2	Основные характеристики и структура туристского продукта Потребительские свойства турпродукта.	Письменная работа	Работа в малых группах
9.	2	Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.	Письменная работа	Защита работы
10.	2	Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта	Эссе	Дискуссия. Защита работы
11.	2	Маркетинговая деятельность туроператоров на международном уровне	Доклад	Опрос. Дискуссия
12.	2	Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления	Письменная работа	Работа в малых группах
	ИТО ГО: 24			

4.1 Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Для выполнения задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 «Содержание и структура дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания по выбранной теме.

Текущая СРС

Текущая самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданному проекту;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточному контролю, зачету.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. Включает следующие виды работ по основным проблемам курса:

- поиск, анализ, структурирование и презентация проектной информации;

- выполнение расчетно-графических работ по проекту;
- исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- анализ научных публикаций по заранее определенному преподавателем проекту.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Для этого, студентам данного направления как очной, так и заочной форм обучения необходимо посещать лекционные, практические (семинарские) занятия и КСР. Внимательно прослушивая лекции, самостоятельно готовясь к обсуждению тем, необходимо активно участвовать в дискуссиях на занятиях и сдать своевременно самостоятельные работы. Студентам рекомендуется уделить особое внимание выполнению самостоятельной работы в виде решения задач, тестов и примеров на практических занятиях и защите своих позиций по рассмотрению конкретных ситуаций при сдаче самостоятельных работ. Кроме того, студентам заочного отделения необходимо при выполнении контрольной работы по самостоятельно выбранной теме, изучить перечень рекомендуемой литературы и на примере деятельности современных предприятий и организаций рассмотреть конкретную ситуацию. При этом основой для изучения дисциплины являются изучение необходимой литературы, конспекты лекций и результаты практических и семинарских занятий, КСР.

В частности, выполнение самостоятельной работы студентов заключается в решении тестов, рассмотрении конкретных ситуаций из практической деятельности современных организаций и предприятий. Выполненную самостоятельную работу студенты на практическом занятии и в процессе КСР будут обсуждать вместе с группой и преподавателем. Семинарские (практические) занятия и КСР должны следовать после окончания изучения лекционного материала, где проводится опрос студентов по составленным контрольным вопросам темы (приведены ниже) с целью оценки уровня освоенных тем при изучении данной дисциплины.

4.2 Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

В основу разработки балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется постоянно в процессе его обучения в университете. Настоящая система оценки успеваемости студентов основана на использовании совокупности контрольных точек, равномерно расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. При этом предполагается разделение всего курса на ряд более или менее самостоятельных, логически завершенных блоков и модулей и проведение по ним промежуточного контроля.

Студентам выставляются баллы за выполнение задания к ПК:

- **оценка «отлично»:** контрольные тесты, а также самостоятельно выполненные семестровые задания, выполненные полностью и сданные в срок в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- **оценка «хорошо»:** задание выполнено и в целом отвечает предъявляемым требованиям, но имеются отдельные замечания в его

оформлении или сроке сдачи;

- **оценка «удовлетворительно»:** задание выполнено не до конца, отсутствуют ответы на отдельные вопросы, имеются отклонения в объеме, содержании, сроке выполнения;

- **оценка «неудовлетворительно»:** отсутствует решение задачи, задание переписано (скачано) из других источников, не проявлена самостоятельность при его выполнении.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса по результатам выполнения самостоятельной работы и контрольной работы.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах практических занятий лекционного материала и контрольных вопросов;

- решение тестов и их обсуждение с точки зрения умения сформулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

- выполнение контрольной работы и обсуждение результатов;

- участие в дискуссиях в качестве участника и модератора групповой дискуссии по темам дисциплины;

- написание и презентация доклада;

- написание самостоятельной (контрольной) работы.

4.3 Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

- Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль.

- Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Студенты 4 курсов, обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 100. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 70 баллов от общего количества. На итоговый контроль знаний студентов выделяется 30 баллов.

- Порядок выставления баллов приведено в таблице 4. В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

- Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности – 25 тестовых вопросов, где правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Таблица 5.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	Административный балл за примерное поведение	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
2	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
3	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
4	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
5	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
6	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
7	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
8	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
9	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
10	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
11	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
12	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
13	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
14	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
15	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
16	2,5	4	2,5	2,5	-	12,5
Первый рейтинг	20	32	20	20	8	100

Формула вычисления результатов дистанционного контроля и итоговой формы контроля по дисциплине за семестр для студентов 4-х курсов:

$$ИБ = \left[\frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

, где ИБ – итоговый балл, P_1 - итоги первого рейтинга, P_2 - итоги второго рейтинга, $Эи$ – результаты итоговой формы контроля (зачет, зачет с оценкой, экзамен).

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Основная литература

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Р.Б.Ноздревой. - М.: ЮНИТИ,2014. - 324 с
2. Ильина Е.Н. Деятельность турагенств:туристский рынок и предпринимательство: Учебник для туристских колледжей и вузов. - М.: РАМАТ, 2004. - 64 с.
3. Веселова Н.Ю., Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие /Н.Ю. Веселова. - М.: Дашков и К., 2014, - режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19247.html>
4. Валеева Е.О.Современные технологии организации туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие /Е.О. Валеева. - СПб.: Троицкий мост., 2015, - режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40895.html>
5. Смирнова Г.А., Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие /Г.А. Смирнова. - М.:Институт.электронного обучения Санкт- Петербургского университета технологий управления и экономики 2012, - режим доступа: https://e.lanbook.com/book/64043#book_name

5.2 Дополнительная литература

6. Дурович А. П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2004. -496 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»)
7. Квартальнов В. А. Иностраный туризм.учебник, / В. А. Квартальнов. - 2-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 231 с.
8. Квартальнов В.А. Современные концепции социального туризма. - М.: РАМАТ, 1982.-436 с.
9. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика. Избранные труды: В 5 т. - М. Финансы и статистика, 2000. - 342 с.
10. КабушкинН.И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие. - Минск: БГЭУ 1999. - 617 с.

11. Сенин В.С. Введение в туризм: Учеб.пособие. -М.: Профиздат 2003. -268 с.
12. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. - М.: Финансы и статистика. - 2008. - 400 с
13. Кусков А. С. Основы туризма : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. - 3-е изд., стер. -М.:КНОРУС, 2011. - 392 с.
14. Александрова И.Ю. Международный туризм: Учеб пособие. М.: Аспект Пресс, 2002.-470 с.
15. Браймер Р.А. Основы управления и индустрии гостеприимства /Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995. - 326 с.
16. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 1999. - 192 с.
17. Буйленко В. Ф. Туризм : учебник / В. Ф. Буйленко. - Ростов н/ Дону : Феникс; Краснодар: Неоглори, 2008. -411 с.

5.3 Перечень ресурсов Электронной библиотеки РТСУ

18. Жукова М.А. Индустрия туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ М.А Жукова. - М.: Финансы и статистика, 2006, - режим доступа: [http:// www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
19. Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. - М.ЖноРус, 2015, -режим доступа: [http:// www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
20. Вавилова Е. В. Основы международного туризма : учеб, пособие , - М .: Гардарики, 2005. - 160 с.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Туроперейтинг» является наиболее актуальным в настоящее время, так как в условиях глобализации мировой экономики все больше предприятий выходя на зарубежные рынки.

Изучение курса базируется на освоении студентами таких дисциплин как «Маркетинг в туризме», «Менеджмент в туристской индустрии», «Технологии гостиничной деятельности».

Формирование знания и навыков студентов осуществляется в ходе лекционных и практических занятий, самостоятельной работы, написания рефератов, выступлений с докладами, ответов на тесты. Во время практических занятий целесообразно широкое использование активных методов обучения - работа в малых группах, мозговой штурм, дискуссии и обсуждения.

Наибольший объем учебной нагрузки студента приходится на самостоятельную работу. Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя на основе рекомендуемой

учебной литературы, в подготовке к семинарам, практическим занятиям, тренингам, деловым обучающим играм, дифференцированному зачёту.

В процессе подготовки к семинарским занятиям, подготовке к дифференцированному зачёту студент значительное время должен уделить работе с источниками информации и литературой.

Во вводной лекции обозначается содержание дисциплины, ее проблематика и практическая значимость. Студентам выдаются возможные темы презентаций и докладов для обсуждения во время практических занятий. При этом студентом самостоятельно может быть предложена своя тематика доклада по согласованию с преподавателем. Тематика доклада должна иметь проблемный и профессионально ориентированный характер, требующий самостоятельной творческой работы студента. Студенты готовят текст доклада, делают по нему презентацию в PowerPoint и выступают перед студентами группы. Обсуждение доклада происходит в диалоговом режиме между студентами и преподавателем, но без его доминирования. Качество подготовленного материала (его структура, новизна, полнота, количество используемых источников, самостоятельность при его написании, степень оригинальности предложенных решений, обобщений и выводов), а также уровень доклада (последовательность, целенаправленность, убедительность) учитываются в системе балльно-рейтингового контроля и итоговой экзаменационной оценке по дисциплине.

При необходимости во время индивидуальных консультаций студент может получить квалифицированную помощь преподавателя по организации самостоятельной работы и написанию ВКР.

Основная задача преподавателя заключается только в определении направлений и форм проведения практического занятия, студенты должны самостоятельно рассуждать, обсуждать, вести дискуссию по конкретной ситуации, решать примеры и задачи. Наблюдая за участием и поведением студентов на практических занятиях, преподаватель сможет оценить уровень усвоения студентами той или иной темы. Также периодически проводя семинарские занятия методом опроса по каждой теме, преподаватель сможет оценить уровень знаний студентов, что естественно можно будет учесть при подведении итогов при изучении данной дисциплины.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для преподавания и изучения дисциплины на факультете «Экономика и управления» РТСУ имеются 5 компьютерных классов, 2 из которых обеспечены электронными досками. Кроме того, можно воспользоваться имеющимися техническими средствами

1. Мультимедиа проектор
2. Экран настенный
3. Интерактивная доска
4. Акустическая система
5. Персональный компьютер и ноутбук

6. Программные средства

7. Интернет-ресурсы

В начале изучения дисциплины студентам предоставляется список рекомендуемой литературы по предмету, а дополнительная литература демонстрируется по мере необходимости.

На лекциях студенту кратко излагается основной теоретический материал. На практических занятиях студент получает задание с указанием последовательности его выполнения. Студент получает рабочую программу. Степень усвоения теоретического материала, практических вопросов и индивидуальных заданий, решений тестов проверяется промежуточным контролем, зачетом и экзаменом. Самостоятельная работа студента проводится в виде подготовки конспектов по темам дисциплины, рассмотрением отдельных разделов, решением тестов.

В Университете созданы специальные условия обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;

присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Таблица 7.

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	