

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)**

**Технология продаж и продвижения турпродукта  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Учебный план 43.02.10\_2022\_T22-3Ф.plx  
43.02.10 ТУРИЗМ

Квалификация **Специалист по туризму**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 222

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

аудиторные занятия 18

самостоятельная работа 204

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр на курсе>) | 2 (1.2) |     | Итого |     |
|--|---------|-----|-------|-----|
|  | 20      |     |       |     |
| Неделя                                 | 20      |     |       |     |
| Вид занятий                            | уп      | рп  | уп    | рп  |
| Лекции                                 | 10      | 10  | 10    | 10  |
| Практические                           | 8       | 8   | 8     | 8   |
| Итого ауд.                             | 18      | 18  | 18    | 18  |
| Контактная работа                      | 18      | 18  | 18    | 18  |
| Сам. работа                            | 204     | 204 | 204   | 204 |
| Итого                                  | 222     | 222 | 222   | 222 |

Программу составил(и):

---

Рабочая программа дисциплины

**Технология продаж и продвижения турпродукта**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ (уровень подготовки кадров высшей квалификации). (приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 г. № 474)

составлена на основании учебного плана:

43.02.10 ТУРИЗМ

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2022 протокол № 5.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

**цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Протокол от 09.06.2022 протокол № 11

Зав. кафедрой Коновалова Софья Валерьевна



---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры **цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2022 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Коновалова Софья Валерьевна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры **цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Коновалова Софья Валерьевна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2024 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Коновалова Софья Валерьевна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **цикловая комиссия ветеринарии и кинологии**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Коновалова Софья Валерьевна

| <b>1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> |  |
|---|--|
| 1.1   | <i>Цели:</i> Цель владения дисциплины: освоение профессиональных компетенций в сфере технологии продаж и продвижении турпродукта |
| 1.2   | <i>Задачи:</i>   |

| <b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b> |   |
|--|---|
| Цикл (раздел) ООП:                         | МДК.01  |
| <b>2.1</b>                                 | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>  |
| 2.1.1                                      | Иностранный язык  |
| 2.1.2                                      | Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности                                       |
| 2.1.3                                      | Организация туристской индустрии  |
| 2.1.4                                      | Профессиональная этика  |
| 2.1.5                                      | Психология делового общения   |
| 2.1.6                                      | Русский язык и культура речи  |
| 2.1.7                                      | География туризма   |
| 2.1.8                                      | Правовое обеспечение профессиональной деятельности  |
| 2.1.9                                      | Социальная психология   |
| <b>2.2</b>                                 | <b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>    |
| 2.2.1                                      | Предоставление турагентских услуг   |
| 2.2.2                                      | Производственная практика   |
| 2.2.3                                      | Подготовка к государственной итоговой аттестации (выпускная квалификационная работа и демонстрационный экзамен) |
| 2.2.4                                      | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)   |

| <b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>  |  |
|--|--|
| <b>ОК 1.: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</b>   |  |
| <b>Знать:</b>  |  |
| -область профессиональной деятельности<br>- объекты профессиональной деятельности  |  |
| <b>Уметь:</b>  |  |
| -решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний законов математических и естественных наук с применением информационно-коммуникационных технологий |  |
| <b>Владеть:</b>  |  |
| знаниями своей будущей профессии с другими профессиями и специальностями, может аргументировано обосновать свой профессиональный выбор                                   |  |
| <b>ОК 2.: Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</b>       |  |
| <b>Знать:</b>  |  |
| - методы и способы выполнения профессиональных задач   |  |
| <b>Уметь:</b>  |  |
| - выбирать методы и способы для выполнения профессиональных задач<br>- оценивать эффективность и качество выполнения профессиональных задач                              |  |
| <b>Владеть:</b>  |  |
| нестандартными методами и способами выполнения профессиональных задач, способствующие повышению эффективности и качества их выполнения                                   |  |
| <b>ОК 3.: Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</b>  |  |
| <b>Знать:</b>  |  |
| -нестандартные методы и способы выполнения профессиональных задач, способствующие повышению эффективности и качества их выполнения                                       |  |
| <b>Уметь:</b>  |  |
| - принимать решения для разных ситуаций в профессиональной деятельности<br>- нести ответственность за принятые решения   |  |

|  |
|--|
| <b>Владеть:</b>  |
| быстрыми и наиболее эффективными решениями в стандартных и нестандартных ситуациях с использованием новейших научных методов и подходов и несет за них ответственность   |
| <b>ОК 4.:Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</b>  |
| <b>Знать:</b>  |
| - поисковые информационные системы<br>- алгоритм поиска информации   |
| <b>Уметь:</b>  |
| осуществлять поиск необходимой информации<br>- использовать информацию для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного  |
| <b>Владеть:</b>  |
| быстрым и эффективным поиском и отбором информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития   |
| <b>ОК 5.:Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</b>   |
| <b>Знать:</b>  |
| -информационно - коммуникационные технологии   |
| <b>Уметь:</b>  |
| - использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности   |
| <b>Владеть:</b>  |
| знаниями о современных информационно-коммуникационных технологиях в профессиональной деятельности  |
| <b>ОК 6. :Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</b>   |
| <b>Знать:</b>  |
| - основные понятия и признаки коллектива и команды<br>- деловое общение<br>- процессы межличностного взаимодействия в коллективе и команде<br>- этапы командной работы   |
| <b>Уметь:</b>  |
| - работать в коллективе и команде<br>- эффективно общаться с коллегами, руководством и потребителями   |
| <b>Владеть:</b>  |
| организацией работы в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством  |
| <b>ОК 7.:Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</b>   |
| <b>Знать:</b>  |
| этапы командной работы   |
| <b>Уметь:</b>  |
| брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), за результат выполнения заданий  |
| <b>Владеть:</b>  |
| ответственностью за работу команды, за результат выполнения заданий  |
| <b>ОК 8.:Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</b>   |
| <b>Знать:</b>  |
| задачи профессионального и личностного развития<br>- понятия самообразования и саморазвития<br>- цели, задачи и систему повышения квалификации   |
| <b>Уметь:</b>  |
| - определять задачи профессионального и личностного развития,<br>- заниматься самообразованием,<br>- осознанно планировать повышение квалификации  |
| <b>Владеть:</b>  |
| Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации в соответствии с основными тенденциями развития современной науки и современного производства |
| <b>ОК 9.:Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</b>   |

|   |
|---|
| <b>Знать:</b>   |
| современные технологии в профессиональной деятельности  |
| <b>Уметь:</b>   |
| - применять современные технологии в профессиональной деятельности  |
| <b>Владеть:</b>   |
| прогнозированием основных тенденций развития технологий в профессиональной деятельности   |
| <b>ПК 1.1. :Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</b>   |
| <b>Знать:</b>   |
| технологии использования базы данных;<br>статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;<br>особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;<br>основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;<br>различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;<br>методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках; |
| <b>Уметь:</b>   |
| определять и анализировать потребности заказчика;<br>выбирать оптимальный туристский продукт;<br>осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);<br>составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам,   |
| <b>Владеть:</b>   |
| выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;<br>проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;   |
| <b>ПК 1.2.:Информировать потребителя о туристских продуктах.</b>  |
| <b>Знать:</b>   |
| виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;<br>характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости<br>информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.   |
| <b>Уметь:</b>   |
| разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;<br>представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;<br>оперировать актуальными данными о туристских   |

|   |
|---|
| услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;  |
| <b>Владеть:</b>   |
| выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта; проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;  |
| <b>ПК 1.3.:Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</b>  |
| <b>Знать:</b>   |
| требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;   |
| <b>Уметь:</b>   |
| взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;   |
| <b>Владеть:</b>   |
| взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;   |
| <b>ПК 1.4. :Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</b>  |
| <b>Знать:</b>   |
| характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости   |
| <b>Уметь:</b>   |
| оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;  |
| <b>Владеть:</b>   |
| оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;   |
| <b>ПК 1.5.:Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</b>  |
| <b>Знать:</b>   |
| информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.   |
| <b>Уметь:</b>   |
| оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);   |
| <b>Владеть:</b>   |
| оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;   |
| <b>ПК 1.6.:Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</b>  |
| <b>Знать:</b>   |
| перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; |
| <b>Уметь:</b>   |

предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;

**Владеть:**

оказания визовой поддержки потребителю

**ПК 1.7.:Оформлять документы строгой отчетности.****Знать:**

правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности

**Уметь:**

составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности; принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности

**Владеть:**

оформления документации строгой отчетности;

**ЛР 19:Выполняющий трудовые функции в сфере туризма, способный анализировать производственную ситуацию, оперативно принимать решения**

**Знать:****Уметь:****Владеть:**

**ЛР 20:Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику**

**Знать:****Уметь:****Владеть:**

**ЛР 21:Демонстрирующий профессиональные навыки в процессе обучения**

**Знать:****Уметь:****Владеть:****4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/                           | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Инте пакт. | Примечание |
|-------------|---|----------------|-------|-------------|------------|------------|------------|
|             | <b>Раздел 1. Турпродукт как результат деятельности туроператора</b> |                |       |             |            |            |            |
| 1.1         | 1.Турпродукт как комплекс туристских услуг /Лек/                    | 2              | 2     |             | Л1.1Л2.1   | 0          |            |



|     |   |   |    |  |          |   |  |
|-----|---|---|----|--|----------|---|--|
| 1.2 | 1. Структура, уровни и формы туристского продукта /Пр/  | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 1.3 | 1. Составление словаря /Ср/   | 2 | 18 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 2. Проектирование туристского продукта</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 2.1 | Основы проектирования турпродукта /Лек/   | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 2.2 | Нормативно-правовая база проектирования турпродукта /Пр/  | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 2.3 | Составление конспекта лекций<br>Составление словаря /Ср/  | 2 | 18 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 3. Формирование туристского продукта</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 3.1 | Разработка программы туристского обслуживания /Ср/  | 2 | 12 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 3.2 | Разработка программы туристского обслуживания /Лек/   | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 3.3 | Создание презентации проекта /Пр/   | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 4. Договорные отношения в туроперейтинге</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 4.1 | Составление договоров /Ср/  | 2 | 22 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 4.2 | Характеристика туристского договора, основные требования /Лек/  | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 4.3 | Составление туристского договора /Пр/   | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 5. Ценообразование и туроперейтинг</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 5.1 | Расчёт себестоимости турпродукта /Ср/   | 2 | 14 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
| 5.2 | Цена в комплексе маркетинга туроператора /Лек/  | 2 | 2  |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 6. Методы продвижения туристского продукта</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 6.1 | Подготовка презентации рекламы турпродукта<br>Подготовка сообщений<br>Подготовка конспекта<br>Работа с сайтами /Ср/ | 2 | 66 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 7. Современные тенденции модернизации технологии продаж турпродукта</b>                                   |   |    |  |          |   |  |
| 7.1 | Подготовка конспекта<br>Разработка процедур модернизации технологии продаж и продвижения турпродукта /Ср/           | 2 | 18 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 8. Выставочная деятельность в туроперейтинге</b>  |   |    |  |          |   |  |
| 8.1 | Подготовка к защите презентации /Ср/  | 2 | 14 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |
|     | <b>Раздел 9. Особенности туроператора с турагентами</b>   |   |    |  |          |   |  |
| 9.1 | Составление агентского соглашения<br>Работа с интернет-ресурсами /Ср/   | 2 | 22 |  | Л1.1Л2.1 | 0 |  |

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Перечень компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  
 ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.  
 ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

Темы круглого стола:

1. Оценка визовых формальностей

Вопросы для обсуждения:

1. Основные юридические, нормативные параметры, формирующие зоны действия тех или иных формальностей.
2. Характеристика туристских формальностей ряда стран
3. Почему не рассматривают страны мира о безвизовых формальностей
4. Шенгенское соглашение – что это
5. Особенности выезда за границу несовершеннолетних детей,

2. Определение направлений туристского маршрута

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы туристского маршрута.
2. Какими навыками и качествами должен обладать руководитель туристской группы
3. Необходимые документы при оформлении тура
4. Значение содержание программ туристских маршрутов
3. Разработка рекомендации по совершенствованию туров

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы и состояние при организации тура
2. Предложения по совершенствованию групповых туров
3. Предложения по совершенствованию индивидуальных туров
4. Обслуживания туриста программы тура
5. Разработка новых программ тура
4. Совершенствование программ

Вопросы для обсуждения:

1. Рассмотрение различных направлений по организации тура
2. Качественное обслуживание туристов
3. Особенности внутреннего тура

## 5.2. Темы письменных работ

Групповые творческие задания:

Тема 1. Реализация программы организация регулирования турагентской деятельности

Тема 2. Технологическая разработка туристского продукта

Тема 3. Разработка рекламного материала и презентация турпродукта

Тема 4. Учет и хранение бланков строгой отчетности

Тема 5. Составления программ путешествия

Тема 6. Индивидуальные творческие задания:

Тема 1. Анализ конкуренции на туристском рынке

Тема 2. Анализ баз данных по продуктам их характеристикам

Тема 3. Реклама в туризме. Основные принципы рекламы турпродукта

Тема 4. Особенности оформления виз в некоторые страны

Тема 5. Условия обслуживания туристов

Тема 6. Организация индивидуальных туров

Групповые творческие проекты:

Тема 1. Документное обеспечение турагентской деятельности

Тема 2. Программы руководителя тургруппы

Тема 3. Виды маршрута

Тема 4. Нерекламные методы продвижения турпродукта

Тема 5. Порядок ввоза и вывоза различных товаров

Темы сообщений:

Тема 1. Правовое обеспечение турагентской деятельности

1. Маркетинг и конкурентная политика предприятия

2. Законодательные документы в сфере туризма

3. Типы ответственности при нарушении реализации туруслуг

Тема 2. Определение целей эффективного механизма регулирования турагентской деятельности

1. Международное соглашение в сфере туризма

2. Перспективы развития туризма в РФ

3. Роль и значение регулирования турагентской деятельности

Тема 3. Расчет стоимости турпакета по исходным данным

1. Агентское соглашение

2. Туристская документация- договоры, путевка, ваучер и тд

3. Продажа и оформление билетов в турагентстве

4. Обслуживание клиента при продаже туров. Мотивы клиентов при покупке.

Тема 4. Способы продвижения турпродукта

1. Изучение спроса на туруслуги

2. Разработка программы тура

3. Ценообразование турпродукта

4. Продвижение турпродукта в туризме
  5. Нерекламные методы продвижения продукта
- Тема 5. Таможенная декларация
1. Особенности таможенного контроля
  2. Порядок перемещения валюты через государственную границу
  3. Пассажирская таможенная декларация
  4. Таможенные сборы пошлины
  5. запрет на перемещение некоторых товаров
- Тема 6. Правовые основы использования туристской путевки осуществлений денежных расчетов
1. Форма документа строгой отчетности ТУР 1
  2. Требования законодательства туристской деятельности РФ
  3. Применение сертификации в туризме
  4. Ответственность перед туристом и клиентом
- Тема 7. Виды и функции программ маршрута
1. Виды маршрутов
  2. Правила для туристов на маршруте
  3. Типы и потребности туристов
- Темы реферата:
- Тема 1. Общегражданские и специальные заграничные паспорта.
1. Особенности направления отдыха: Италия
  2. Особенности направления отдыха: Египет
  3. Особенности направления отдыха: Турция
  4. Особенности направления отдыха: Тайланд
  5. Особенности направления отдыха: Китай
  6. Особенности направления отдыха: Германия
  7. Особенности направления отдыха: Франция
- Тема 2. Визовые ограничения
1. Особенности визовых ограничений: стран Латинской Америки
  2. Особенности визовых ограничений: стран Европы
  3. Особенности визовых ограничений: стран Азии
  4. Особенности визовых ограничений в Австралии
  5. Особенности визовых ограничений в России
  6. Особенности визовых ограничений в США
- Тема 3. Обслуживания клиентов турфирмы
1. Квалификационные требования работникам турфирмы
  2. Классификация групп клиентов турфирмы
  3. Стратегия обслуживания клиентов
  4. Формы и стили обслуживания клиентов
- Темы презентации:
- Тема 1. Информационные ресурсы в турагентской деятельности
1. Агентские сети
  2. Программное обеспечение взаимоотношения турагента с туроператором
  3. Продажа и оформление бронирования и продажа билетов.
- Тема 2. Стратегия продвижения туристского предприятия
1. Спрос на туруслуги
  2. Реклама турагентства, продвижение турпродукта.
  3. Расчет стоимости турпродукта
- Тема 3. Оценка визовых формальностей
1. Страны, безвизового оформления с РФ
  2. Страны, с визовым оформлением с РФ
- Тема 4. Взаимодействия в международном отношении
1. Страхование в туризме
  2. Платежные средства за рубежом
  3. Отличительные особенности турагента и турператора
- Тема 5. Технологический процесс программ туристских маршрутов
1. Безопасность туристских маршрутов
  2. Программное обслуживание туристов
  3. Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов во время путешествия.
- Тема 6. Организация экскурсии
1. Последовательность выполнения туристского маршрута
  2. Особенности подготовительном этапе тура
  3. Содержание программ туристских маршрутов
- Тема докладов:
- Тема 1. Потребительские свойства туристского продукта
1. Состав пакета услуг, выдаваемого туристу
  2. Работа с претензиями. Причины возникновения жалоб туристов. Ошибки менеджеров при работе с клиентами.

3. Оформление продажи тура. Правовые основы реализации туристского продукта.

Тема 2. Нерекламные методы продвижения продукта

1. Плюсы и минусы печатной рекламы, радиорекламы, телерекламы, наружной рекламы.
2. Роль нерекламных методов продвижения продукта
3. Ответственность за рекламную информацию турагентства

Тема 3. Виды виз

1. Проблемы визовых формальностей
2. Плюсы и минусы визовых формальностей в некоторых странах
3. Список безвизового соглашения стран с Россией

Тема 4. Пассажиры, таможенная декларация

1. Анализ порядка пассажирской таможенной декларации
2. Документы, необходимые для таможенной декларации

Тема 5. Составления программ путешествия

Тема 6. Руководитель туристской группы. Менеджер турфирмы

1. Профессиональная этика работников туристского бизнеса
2. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме
3. Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы
4. Ответственность и обязанности руководителя туристской группы

### 5.3. Фонд оценочных средств

Тема 1. Потребительские свойства туристского продукта

1. Туруслуги классифицируются как:

- а) рекреационные, политические, дополнительные
- б) основные, дополнительные, специализированные
- в) основные, потребительские, экономические

2. Система отношений, связывающих производителей турпродукта и потребителей, заинтересованных в определенном виде турпродукта – это...

- а) предложение
- б) туррынок
- в) туриндустрия

3. Организация, являющаяся посредником между туроператором и туристом

- а) инициативный туроператор
- б) клиент
- в) турагент

4. Природные, исторические, социальные, культурные объекты, включая объекты туристского показа, удовлетворяющие духовные и иные потребности туристов – это ....

- а) туруслуга
- б) турресурсы
- в) турпродукт

5. Количество турпродуктов, которое выставлено на рынок при определенном уровне цен – это...

- а) предложение
- б) цена
- в) спрос

6. Мера и регулятор равновесия между спросом и предложением на туррынке – это...

- а) цена
- б) валюта
- в) спрос

7. Документ, разрешающий осуществление туристической деятельности и необходимый для работы компании туррынке...

- а) свидетельство о регистрации фирмы
- б) разрешение администрации
- в) лицензия

Тема 2. Способы продвижения продукта

1. Лицо, которое осуществляет путешествие по стране или в другую страну с различной целью, на срок от 24 часов до 6 месяцев?

- а) экскурсант
- б) турист
- в) экскурсовод

2. Какой период в индустрии туризма называется «мертвый сезон»?

- а) сентябрь-октябрь
- б) октябрь-декабрь
- в) август - ноябрь

3. Что понимается под турпродуктом?

- а) комплекс туруслуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время его путешествия
- б) качество услуги, как доступность для потенциального клиента

4. Назовите описываемый этап жизненного цикла турпродукта: спрос на продукцию сокращается, снижаются издержки на рекламу?

- а) этап роста
- б) этап насыщенности
- в) этап упадка

Тема 3. Визовые ограничения

1. Какой фактор необходимо учитывать при разработке ценовой стратегии?

- а) цена на турпродукт
- б) соотношение спроса и предложения
- в) издержки цен

2. Конкуренция – это...

- а) мера и регулятор равновесия между спросом и предложением на туррынке
- б) взаимная борьба предприятий за монопольное лучшее положение на туррынке
- в) совокупность покупателей и продавцов турпродукта

3. Турцентр –

- а) средство передвижения с помощью, которого можно добраться до турцентра
- б) категория отеля, который предлагается туристу во время тура на все время проживания
- в) место отдыха туриста, включающее все рекреационные возможности

4. Надежность - основное потребительское свойство турпродукта,

- а) качество, связанное с достоверностью информации, соответствием содержания продукта и рекламы
- б) потребление продукта должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу
- в) дать почувствовать людям, что им рады

5. Демографический фактор, влияющий на развитие туризма:

- а) мирные отношения между государствами
- б) наличие рек, озер, и других водоемов
- в) этнические туристические потоки

6. Турпоездка, по определенному маршруту в конкретные сроки, обеспеченная комплексом туристических услуг:

- а) услуга
- б) тур
- в) продукт

7. Завершенность турпродукта, его способность полностью удовлетворять туристов –

- а) эффективность
- б) гибкость
- в) целостность

8. Наибольший эффект при меньших затратах –

- а) эффективность
- б) гибкость
- в) целостность

9. Ясность – основное потребительское свойство турпродукта,

- а) качество, связанное с достоверностью информации, соответствием содержания продукта и рекламы
- б) потребление продукта должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу
- в) дать почувствовать людям, что им рады

10. Цена – это...

- а) мера и регулятор равновесия между спросом и предложением на туррынке
- б) взаимная борьба предприятий за монопольное лучшее положение на туррынке
- в) совокупность покупателей и продавцов турпродукта

11. Возраст, соответствующий молодежному туризму

- а) 16-23
- б) 18-27
- в) 25-30

12. Специфическая особенность туруслуги как товара –

- а) разрыв территории между производителем, реализатором и потребителем
- б) неэластичный спрос
- в) предложение и реализация

13. Доставка туриста от места прибытия до места размещения и обратно – это ..

- а) туриндустрия
- б) транспорт
- в) трансфер

Тема 4. Туристская документация

1. Туррынок состоит из ... основных элементов.

- а) 2х
- б) 3х
- в) 4х

2. Вид туризма, требующий физическую подготовку

- а) спортивный (активный)

- в) деловой
3. Кто потребляет турпродукт?
- а) турист  
б) туроператор  
в) турагент
4. Способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя, и быть невосприимчивым к замене персонала –
- а) эффективность  
б) гибкость  
в) целостность
5. Предложение – это...
- а) показатель, отражающий объем продаж определенного турпродукта на выбранном сегменте рынка  
б) взаимная борьба предприятий за монопольное лучшее положение на туррынке  
в) количество турпродуктов, которое выставлено на рынок при определенном уровне цен
6. Расширенное воспроизводство сил человека – это...
- а) рекреация  
б) рынок  
в) турист
7. По характеру организации туризм делится на:
- а) организованный и внутренний  
б) организованный и обычный  
в) организованный и дикий
8. По продолжительности туризм бывает:
- а) временный и долгосрочный  
б) кратковременный и продолжительный  
в) быстрый и медленный
9. Гостеприимство - основное потребительское свойство турпродукта,
- а) качество, связанное с достоверностью информации, соответствием содержания продукта и рекламы  
б) потребление продукта должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу  
в) дать почувствовать людям, что им рады
10. WTO – это...
- а) Внутренний Тур Оператор  
б) Всемирная туристская организация  
в) Всемирная топливная организация
- Тема 5. Взаимодействия в международном отношении
1. Вид туризма, в котором турист не выезжает за пределы государственных границ:
- а) выездной  
б) внутренний  
в) въездной
2. По социальному статусу выделяют туристов:
- а) социальных  
б) политических  
в) деловых
3. Результат работы туроператора - это...
- а) турбизнес  
б) турпродукт  
в) турснаряжение
4. Потребитель туристического рынка – это...
- а) турагент  
б) турист  
в) туроператор
5. Основной элемент турпакета:
- а) туроператор  
б) турагент  
в) турцентр
6. Основной элемент турпакета:
- а) турагент  
б) трансфер  
в) туроператор
7. Основной элемент турпакета:
- а) транспорт  
б) турагент  
в) конкуренция
8. Основной элемент турпакета:
- А) цена

С) размещение

9. Размещение – это....

- а) средство передвижения с помощью которого можно добраться до турцентра
- б) категория отеля, который предлагается туристу во время тура на все время проживания
- в) место отдыха туриста, включающее все рекреационные возможности

10 Трансфер – это...

- а) средство передвижения с помощью которого можно добраться до турцентра
- б) категория отеля, который предлагается туристу во время тура на все время проживания
- в) доставляет туриста о места прибытия (аэропорт, порт) к месту размещения и обратно

11. жизненный цикл турпродукта – это

- а) важный компонент в развитии правильного и продолжительного бизнеса
- б) эволюция продукта с момента его первоначального появления на рынке, до прекращения реализации
- в) наибольший эффект при меньших затратах

Тема 6. Работа менеджера турфирмы

1. Предварительное бронирование тура у туроператора, получение подтверждения бронирования и прием оплаты за предстоящий тур у клиента – это ... функция турагента.

- а) рекламная
- б) информационная
- в) продажа

2. Все претензии клиента по организации тура и его проведению принимаются

- а) турагентом
- б) транспортным предприятием
- в) туроператором

3. Агентства, связанные обязательством продавать туры определенного туроператора на конкретно направлении.

- а) независимые агентства
- б) частично зависимые агентства
- в) уполномоченные агентства

4. В зависимости от полномочий, предоставляемых туроператором агенту, и ответственности агента перед покупателем можно выделить ... вида агентской деятельности

- а) 2
- б) 3
- в) 4

7. Агентства, предлагающие туры только конкретного туроператора и являются региональными представителями оператора на рынках.

- а) независимые агентства
- б) частично зависимые агентства
- в) уполномоченные агентства

Тема7. Виды маршрута

1. При разработке программы путешествия обычно планируют

- а) 1 мероприятие в день
- б) 4 мероприятия в день
- в) 5 мероприятий в день

2. До выдачи всех необходимых документов турагент проводит

- а) инструктаж
- б) физ. минутку
- в) анкетирование

3. Назовите вид тура, программа которого формируется с пожеланиями клиента

- а) индивидуальный
- б) групповой
- в) смешанный

4. Что оформляется на основе заявки на бронирование?

- а) маршрутная книжка
- б) лист бронирования
- в) путевка

5. После оформления всех необходимых документов клиент оплачивает

- а) загранпаспорт
- б) виза

| <b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> |                                 |   |                                      |   |
|--|---------------------------------|---|--------------------------------------|---|
| <b>6.1. Рекомендуемая литература</b>   |                                 |   |                                      |   |
| <b>6.1.1. Основная литература</b>  |                                 |   |                                      |   |
|  | Авторы, составители             | Заглавие  | Издательство, год                    | Эл. адрес   |
| Л1.1   | Жданова Т.С.,<br>Корионова В.О. | Технология продаж и продвижения<br>турпродукта: учебное пособие для СПО | Саратов:<br>Профобразование,<br>2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/83347.html">http://www.iprbookshop.ru/83347.html</a> |
| <b>6.1.2. Дополнительная литература</b>  |                                 |   |                                      |   |
|  | Авторы, составители             | Заглавие  | Издательство, год                    | Эл. адрес   |
| Л2.1   | Веселова Н.Ю.                   | Организация туристской деятельности: учебное<br>пособие для бакалавров  | , 2019                               | <a href="http://www.iprbookshop.ru/83129.html">http://www.iprbookshop.ru/83129.html</a> |
| <b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>                                 |                                 |   |                                      |   |
| <b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>                         |                                 |   |                                      |   |

| <b>7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</b> |                      |  |
|--------------------------------------|----------------------|--|
|                                      | кейс-метод           |  |
|                                      | проблемная лекция    |  |
|                                      | ситуационное задание |  |

| <b>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> |   |   |
|---|---|---|
| Номер аудитории   | Назначение  | Основное оснащение  |
| 207 В1  | Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение   | Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся), ученическая доска. Компьютеры с доступом в Интернет, телевизор   |
| 511 В1  | Кабинет социально-экономических дисциплин. Кабинет экономики. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Рабочее место преподавателя, посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся); телевизор, DVD плеер, ученическая доска; учебно-наглядные средства обучения (тематические плакаты, таблицы, карты) |

| <b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>   |
|---|
| <p><b>МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта</b></p> <p>Самостоятельная работа – это планируемая учебная и научная работа студентов, выполняемая по заданию преподавателя и под его методическим руководством, но без его непосредственного участия. Содержание самостоятельной работы студентов определяется концепцией учебной дисциплины, ее учебно-методическим обеспечением.</p> <p>На первом занятии производится ознакомление студентов с формой занятий по изучаемому курсу, видах самостоятельной работы и о системе их оценки в баллах; осуществляется помощь студентам составить график самостоятельной работы с указанием конкретных сроков представления выполненной работы на проверку преподавателю.</p> <p>Условно самостоятельную работу студентов можно разделить на обязательную и контролируруемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне сделанных докладов, рефератов, выполненных контрольных работ, тестовых заданий и др. форм текущего контроля. Баллы, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.</p> <p>Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Баллы, полученные по этим видам работы, так же учитываются при итоговой аттестации по курсу.</p> <p>В ходе выполнения заданий студентом должны быть решены следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- углублённое знакомство с предметом исследования;</li> <li>- овладение навыками работы с учебной литературой, законодательными и нормативными документами;</li> <li>- выработка умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал, использовать результаты анализа</li> </ul> |



для подведения обоснованных выводов и принятия управленческих решений.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, студент должен ознакомиться с содержанием рабочей программы. Это необходимо для того, чтобы осмыслить суть предлагаемых работ и круг вопросов, которые предстоит освоить, а также определить место и значимость самостоятельных заданий в общей структуре программы курса «Введение в туризм».

Самостоятельная работа студентов более результативна, если в ней участвуют два и более студентов. Групповая работа усиливает мотивацию и интеллектуальную активность студентов, повышает эффективность познавательной деятельности студентов благодаря взаимному контролю. Во время практического занятия студентам оказывается помощь при решении задач.

Самостоятельная работа предполагает защиту студентами докладов. Перечень возможных докладов прилагается в соответствующем разделе и имеет разбивку на примерный план содержания. Однако, в рамках предложенных тем, студент может согласовать с преподавателем изменения в содержательной части, обосновав при этом их необходимость.

Осуществляя самостоятельную работу, студент должен выполнять ее различные виды и не нацеливать себя только на возможность написания рефератов и докладов. Данный процесс контролирует преподаватель.

На основе лекций, практических занятий и самостоятельной работы по учебному модулю студент должен изучить и показать знания в этой области. На экзамене студент должен продемонстрировать закрепленные им знания.

Методические указания к подготовке презентаций

Правила к оформлению презентаций

1. Раскрытие темы.
2. Презентация должна состоять из 5 -10 слайдов.
3. Единый стиль и дизайн оформления.
4. Последовательность оформления (титульный лист, введение, основной текст, выводы).
5. Краткость и наглядность изложения (использование иллюстраций, графического материала).

Методические указания по подготовке докладов, сообщений

Доклад, сообщение — письменная работа объемом 5-7 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Он должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм слева и 15 мм справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

#### ТЕМЫ СООБЩЕНИЙ

1. Нормативно – правовая база турагентской деятельности
2. Государственные органы по регулированию туристской деятельности
3. Организационно – правовые формы создания турагентств
4. Формы и стили обслуживания клиентов
5. технологии электронных продаж
6. Участие фирмы в туристических выставках и ярмарках
7. Система скидок и методы стимулирования продаж
8. Документальное оформление взаимоотношений турагентства с клиентом
9. Глобальные системы резервирования
10. Паспортные и визовые формальности
11. Виды и размеры комиссионных вознаграждений
12. Расчет стоимости услуг туристского агентства
13. Стандарт системы качества обслуживания
14. Методические основы изучения технологий агентской продажи турпродукта
15. Целевые контактные аудитории и классификация клиентов турагентств

#### МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

##### 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

###### 1.1. Цель и задачи курсовой работы

Курсовая работа является завершающим этапом изучения курса дисциплины студентами по дисциплинам в соответствии с учебным планом специальности «Туризм».

Курсовая работа позволяет судить о том, насколько студент усвоил теоретический курс и каковы его возможности обобщения полученных знаний по избранной теме.

Целью написания и защиты курсовой работы является творческое изучение и самостоятельное решение проблем на основе обобщения материалов специальной литературы и фактических данных согласно темы курсовой работы. Курсовая работа представляет собой теоретическое и прикладное исследование одной из актуальных проблем изучаемой дисциплины, в процессе, которого студент должен продемонстрировать уровень овладения научными знаниями, умения анализировать правовые нормы и материалы судебной практики, способности формулировать и обосновывать теоретические выводы.

Задачами курсовой работы являются:

- систематизация, закрепление и расширение полученных при обучении в колледже теоретических и знаний по определённым проблемам и применение этих знаний при решении конкретных научных и практических задач в рамках темы курсовой работы;
- приобретение и развитие навыков самостоятельной работы, овладение методикой научного исследования при

решении проблем и вопросов, рассматриваемых в курсовой работе.

Приобретенные навыки самостоятельной работы, а также собранный в ходе написания курсовой работы материал могут и должны быть использованы в дальнейшем при написании выпускной квалификационной работы. Процесс написания курсового исследования следует расценивать как первый этап выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

## 1.2. Требования, предъявляемые к курсовой работе

К курсовой работе предъявляются следующие требования:

- в курсовой работе должна быть раскрыта сущность исследуемой проблемы;
- курсовая работа должна содержать ссылки на использованные литературные источники и источники фактических данных;
- в курсовой работе должен быть представлен обзор использованной литературы, сделаны выводы по представленным разделам;
- курсовая работа должна быть написана грамотным языком и правильно оформлена.

В тексте целесообразно рассмотреть основные понятия, имеющие отношения к теме. Приводимые практические примеры должны иллюстрировать излагаемые в работе положения и служить основанием для самостоятельных выводов и предложений. Рекомендуется включать в работу статистические данные и их анализ.

## 2 ЭТАПЫ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Подготовка и защита курсовой работы состоят из следующих последовательных этапов:

- 1) выбор темы;
- 2) подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- 3) составление предварительного варианта плана;
- 4) изучение литературных источников;
- 5) составление окончательного варианта плана;
- 6) сбор и обработка фактических данных на основе статистической информации, публикаций в специальной литературе, результаты прохождения производственных практик, их систематизация и обобщение;
- 7) написание текста курсовой работы;
- 8) защита курсовой работы.

### Выбор темы курсовой работы

Тематика курсовых работ составляется преподавателем и утверждается на заседании цикловой комиссии протоколом.

Студентам предоставляется право выбора любой предложенной темы в соответствии с местом прохождения преддипломной практики, так как вторая глава работы пишется на конкретном объекте.

При выборе темы необходимо иметь ориентировочное представление о сущности той или иной проблемы, знать, какие вопросы следует осветить в работе. С этой целью студент должен ознакомиться с избранной темой по литературным источникам.

### Составление первоначального плана

При составлении плана следует определить примерный круг вопросов, которые будут рассмотрены в отдельных параграфах, и определить последовательность вопросов, которые будут в них излагаться.

План курсовой работы включает ее основные направления. Он должен отражать основную идею работы, раскрыть ее содержание и характер. В нем следует выделить наиболее актуальные вопросы темы. Составленный план студент согласовывает с руководителем курсовой работы.

### Изучение отобранной литературы

После составления рабочего плана следует приступить к дальнейшему изучению отработанной литературы, т.е. составляются конспекты, черновики работы. Это могут быть выписки фактов или характеристика прочитанного материала, которые могут потребоваться при написании текста. Во всех случаях необходимо записывать название источника, издательства и страниц, откуда заимствованы записи.

### Написание курсовой работы

Рекомендуется следующая структура написания курсовой работы:

- 1) титульный лист (приложение 1)
- 2) содержание
- 3) введение;
- 4) основная часть;
- 5) заключение;
- 6) литература;
- 7) приложение.

Титульный лист является первым листом курсовой работ и выполняется по образцу, приведённому в Приложении 1.

Оглавление (содержание) включает наименования всех частей и пронумерованных арабскими цифрами разделов, подразделов и пунктов (если они имеются) с указанием номеров страниц, на которых размещается начало материала разделов (подразделов, пунктов). Оглавление (содержание) должно включать все заголовки, имеющиеся в работе, в том числе «Введение», название глав курсовой работы, «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложения».

Названия разделов, подразделов и пунктов печатают без отступа от левого края листа. Промежутки от последней буквы названия раздела до номера страницы заполняют отточием.

Над колонкой цифр в оглавлении сокращение «стр.» не пишут и после цифр точек не ставят.

«Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы» и «Приложения» также включаются в содержание, но не нумеруются. Приложения с наименованиями также включаются в содержание с указанием номеров страниц. Пример оформления содержания приведен в Приложении 2.

Введение. Оформляется не более, чем на двух страниц, раскрывается значение и актуальность избранной темы и указывается:

- актуальность выбранной темы;
- цель написания работы;
- задачи для достижения поставленной цели;
- объект курсового исследования;
- предмет исследования;
- практическая значимость;
- теоретическая значимость;
- структура и объем работы.

Основная часть состоит из 2 и более глав (разделов), которые, в свою очередь, могут делиться на подразделы, пункты.

Первая глава носит теоретический характер, здесь можно дать историю вопроса, показать степень его изученности на основе обзора литературы.

Во второй главе рассматривается исследуемая проблема на практическом примере.

Третья глава - завершающая. В ней должны быть описаны пути решения выявленных проблем в процессе исследования, мероприятия по ликвидации данных проблем; пути усовершенствования.

Заключение делается общие выводы по всей работе. Заключительная часть предполагает наличие обобщенной итоговой оценки проделанной работы. Отражается степень решения задач, поставленных во введении. Для написания заключения необходимы выводы и обобщения, сделанные в основной части работы. Преподаватель оценивает качество работы, в первую очередь, по введению и заключению. Как правило, введение и заключение пишутся после написания основной части работ.

#### Список использованных источников и литературы

Список должен содержать сведения об источниках, использованных при написании курсовой работы. В него необходимо включать источники, на которые были сделаны ссылки в тексте работы. Список источников должен охватывать не менее 10-15 источников. Допускается привлечение материалов и данных, полученных с официальных сайтов Интернета. В этом случае необходимо указать точный источник материалов (сайт, дату получения).

#### Приложения

Для лучшего понимания и пояснения курсовой работы в нее включают приложения, которые носят вспомогательный характер и на объем работы не влияют. Объем работы определяется количеством страниц, а последний лист в списке литературы есть последний лист курсовой работы.

Приложения нужны, во-первых, для того чтобы освободить основную часть от большого количества вспомогательного материала, а во-вторых, для обоснования рассуждений и выводов выпускника.

В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной работой, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть.

#### ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Значение турагента в работе туроператора
2. Особенности и характеристика турпродукта
3. Туррынок. Спрос и предложение
4. Турпродукт как комплекс туристских услуг
5. Нормативно-правовые отношения в туризме
6. Туристская документация.
7. Процедура поиска и выбора партнера. Агентское соглашение
8. Прямые продажи и стимулирование сбыта турпродукта
9. Каналы продвижения турпродукта на туристском рынке
10. Совершенствование технологии разработки туристского продукта
11. Формирование сбыточной сети в туризме
12. Выбор каналов распределения продвижения турпродукта
13. Особенности рекламы в сфере продвижения туристического продукта
14. Реализация турпродукта на туристском рынке
15. Организация работы турфирмы с клиентом
16. Организация работы турфирмы с партнерами
17. Налаживание партнерских отношений с иностранными турфирмами
18. Правовое обеспечение турагентской деятельности

19. Основной турпродукт Республики Алтай
20. Международное регулирование туристской деятельности
21. Формы и методы государственного регулирования туризма
22. Туристские формальности
23. Виды формальностей в международном туризме
24. Виза. Оформление виз
25. Таможенные формальности
26. Валютный контроль
27. Формальности безопасности в международном туризме
28. Страхование в туризме
29. Организация, проведение маршрута и послемаршрутное оформление документов
30. Туроператорская деятельность Республики Алтай
31. Турагентская деятельность Республики Алтай
32. Информационные ресурсы в туристической деятельности
33. Государственное регулирование турагентской деятельности
34. Особенности обеспечения безопасности в туризме
35. Современный туристский рынок Российской Федерации